الجامعة الافتراضية السورية

SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY

الأدب والنقد واللغة الإعلامية

الدكتور محمد خليل الرفاعي

تدقيق:

الدكتور محمد موعد

الدكتورة سميرة شيخاني

الدكتور حيدر حيدر

CC BY ND

ISSN: 2617-989X

Books & Refrences

الأدب والنقد واللغة الإعلامية

الدكتور محمد خليل الرفاعي

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية 2020

هذا الكتاب منشور تحت رخصة المشاع المبدع – النسب للمؤلف – حظر الاشتقاق (CC– BY– ND 4.0)

https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/legalcode.ar

يحق للمستخدم بموجب هذه الرخصة نسخ هذا الكتاب ومشاركته وإعادة نشره أو توزيعه بأية صيغة وبأية وسيلة للنشر ولأية غاية تجارية أو غير تجارية، وذلك شريطة عدم التعديل على الكتاب وعدم الاشتقاق منه وعلى أن ينسب للمؤلف الأصلي على الشكل الآتي حصراً:

د. محمد خليل الرفاعي ، الإجازة في الإعلام والاتصال BMC، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020

متوفر للتحميل من موسوعة الجامعة https://pedia.svuonline.org/

Literature, Criticism and Media Language

Dr. **Mhd Khalil Alrefaie**

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

Published under the license:

Creative Commons Attributions- NoDerivatives 4.0

International (CC-BY-ND 4.0)

https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/legalcode

Available for download at: https://pedia.svuonline.org/

الفهرس

الوحدة التعليمية الأولى: اللغة الإعلامية........ 6
مفهوم اللغة 7
نشأة اللغة........ 8
اللغة العربية........ 9
مستويات التعبير اللغوي 11
اللغة الإعلامية 13
اللغة والكلام........ 15
اللغة الإعلامية والخطاب الإعلامي........ 15
الخلاصة........ 18
تمارين........ 19
المراجع........ 21
الوحدة التعليمية الثانية: أهمية اللغة في الإعلام ودور الإعلام اللغوي 23
أهمية اللغة في الإعلام........ 25
اللغة وسيلة اتصال........ 26
اللغة أساس وحدة الأمة 26
تحفظ اللغة حضارة الأمة 27
تعكس اللغة ما تفكر به الأمة 27
تتأثر اللغة وتؤثر في السلوك الفردي والاجتماعي........ 28
تعبر عن ازدهار الفرد والمجتمع أو انحطاطهما 29
اللغة مصدر من مصادر السيطرة........ 29
دور الإعلام اللغوي........ 30
الإعلام يرمز الواقع........ 31
الإعلام مؤسسة تكوين ثقافي 32
الإعلام مؤسسة تعليم مستمر 33
الإعلام ينمي الملكة اللغوية........ 33
تنمي اللغة التفكير الإبداعي........ 34

لغة الإعلام تلبي حاجة الجمهور 34
قدرة الإعلام على اختراق مجالات الحياة.. 35
الإعلام يبعث الروح في المخزون اللغوي 36
يهيمن الإعلام على اللغة.. 37
الخلاصة.. 38
تمارين.. 39
المراجع.. 42
الوحدة التعليمية الثالثة: وظائف اللغة في الإعلام 44
وظائف اللغة في الإعلام.. 45
الوظيفة الاتصالية للغة.. 45
الوظيفة الإخبارية للغة 47
الوظيفة التفاعلية للغة 48
الوظيفة الاجتماعية للغة 49
الوظيفة النفسية للغة... 50
الوظيفة الفكرية للغة 50
الوظيفة الثقافية للغة... 50
الوظيفة التربوية والتعليمية للغة 51
الوظيفة التنظيمية للغة 51
الوظيفة التوثيقية للغة 51
الوظيفة الرمزية.. 52
الوظيفة التعبيرية أو الانفعالية... 52
الوظيفة الخطابية... 52
الوظيفة التخيلية 53
الوظيفة الشخصية.. 53
الوظيفة النفعية 53
وظيفة ما وراء اللغة 53
الخلاصة.. 54
تمارين.. 55

المراجع.. 58
الوحدة التعليمية الرابعة: خصائص اللغة 59
خصائص اللغة 60
خصائص اللغة البشرية... 60
خصائص اللغة العربية 62
خصائص اللغة الأدبية والعملية 64
اللغة الأدبية والإعلامية.. 67
الخلاصة... 69
تمارين.. 70
المراجع... 72
الوحدة التعليمية الخامسة: خصائص اللغة العربية 73
خصائص اللغة الإعلامية.. 74
المسلمات الأساسية.. 75
أولاً- اللغة الإعلامية لغة عملية.. 75
ثانياً- تمر اللغة الإعلامية عبر وسائل 76
ثالثاً- اللغة الإعلامية ليست كلاماً 76
رابعاً- في المجلات والبرامج الأسبوعية والمسجلة مجال أرحب لإتقان الصياغة......... 76
خامساً- اللغة الإعلامية لغة جماهيرية 77
أبرز خصائص اللغة الإعلامية... 77
الخلاصة... 83
تمارين.. 84
المراجع... 87
الوحدة التعليمية السادسة: مبادئ ومعايير اللغة الإعلامية.................................. 88
مبادئ ومعايير اللغة الإعلامية 89
مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الإعلام.. 89
مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الممارسة الإعلامية 92
معايير اللغة الإعلامية العامة.. 94
المعايير المتعلقة بدلالة اللغة الإعلامية.. 96

معايير متعلقة بتعددية المعاني 97
معايير متعلقة بالمستوى اللغوي المناسب 98
معايير متعلقة بالأسلوب الإعلامي 100
الخلاصة.. 101
تمارين.. 102
المراجع.. 105
الوحدة التعليمية السابعة: اللغة الإعلامية بحسب الوسيلة الإعلامية 106
خصاص اللغة الإعلامية بحسب الوسيلة الإعلامية.. 107
لغة الإعلام المطبوع.. 107
لغة الإعلام المسموع.. 108
لغة الإعلام المسموع/ المرئي 111
لغة الإعلام الإلكتروني 113
المشترك في لغة الإعلام السمعي والبصري.. 114
الخلاصة.. 117
تمارين.. 118
المراجع.. 121
الوحدة التعليمية الثامنة: اللغة الإعلامية بحسب الأجناس (فنون الكتابة) الإعلامية 122
اللغة الإعلامية بحسب الأجناس (فنون الكتابة) الإعلامية.. 123
اللغة في العناوين الإعلامية 123
اللغة في الخبر الإعلامي 126
التقرير 129
التحقيق 130
المقابلة والحديث 134
الصورة.. 134
المقال (الافتتاحية- الزاوية- العمود- التعليق) 135
المؤتمر الصحفي.. 138
لغة الاستطلاع 138
الخلاصة.. 140

تمارين 141
المراجع 144
الوحدة التعليمية التاسعة: الأدب والنقد واللغة الإعلامية 145
الأدب والنقد واللغة الإعلامية 146
النقد الأدبي 150
الأنواع الرئيسية للنقد الأدبي 151
النقد الإعلامي 154
عناصر التفكير الناقد 156
الخلاصة 160
تمارين 161
المراجع 166
الوحدة التعليمية العاشرة: أخطاء شائعة في اللغة الإعلامية 167
أخطاء شائعة في اللغة الإعلامية 168
أولا- خلط الرأي بالخبر 168
ثانيا- الأخبار الناقصة والغامضة 169
ثالثا- صياغة العناوين غير المعبرة عن الموضوع 169
رابعا- أخطاء في كتابة الأسماء 169
خامسا- ثمة أخطاء في اللغة الإعلامية من أبرزها 170
الخلاصة 177
تمارين 178
المراجع 180

الوحدة التعليمية الأولى

اللغة الإعلامية

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

1 ـ التعريف بمفهوم اللغة

2 – التعريف بنشأة اللغة

3 – التعريف بنشأة اللغة العربية

4 – التعريف بمستويات التعبير اللغوي

5 – التعريف بأنواع النثر

6 – التعريف بمفهوم اللغة الإعلامية

7 ـ التفريق بين اللغة والكلام (المنطوق)

8 – التفريق بين اللغة الإعلامية والخطاب الإعلامي

مفهوم اللغة

اختلف العلماء في تعريف اللغة ومفهومها، وليس ثمة اتفاق شامل على مفهوم محدد للّغة ، وقُدمت تعريفات عدة للّغة يرجع سبب كثرتها وتعددها إلى ارتباط اللغة بكثير من العلوم، ومن تعريفات اللغة"Language" نسوق الآتي:

– عرف ابن جني اللغة: أما حدها فإنها أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم[1] .

– وعرف بن خلدون اللغة في مقدمته في سياق تعريفه للنحو بقوله: أعلم أن اللغة في المتعارف عليه هي عبارة المتكلم عن مقصوده، وتلك العبارة فعل لساني فلابد أن تعبر ملكة متقررة في العضو الفاعل لها وهو في اللسان، وهو في كل أمة بحسب اصطلاحاتهم[2] .

– وعرفت بأنها: نظام صوتي ذو مضامين محدودة تتفق عليه جماعة معينة ويستخدمه أفرادها في التفكير والتعبير والاتصال فيما بينهم[3] .

– كما عرّفت أيضاً بأنها : نظام صوتي يمثل سياقاً اجتماعياً وثقافياً له دلالاته ورموزه، وهو قابل للنمو والتطور...

– وفي مفهوم آخر لعالم الألسنية السويسري "دي سوسير" إن اللغة: مؤسسة اجتماعية، بينما اعتبر الكلام فعلاً فردياً. فاللغة كونها مؤسسة اجتماعية، هي نسق منظم من العلامات للتعبير عن الأفكار، إذ تمثل البعد الترميزي للكلام[4].

– اللغة: مجموعة علامات ذات دلالة جمعية مشتركة ممكنة النطق من كل أفراد المجتمع المتكلم بها، أو ذات ثبات نسبي في كل موقف تظهر فيه، ويكون لها نظام محدد تتآلف بموجبه بحسب أصول معينة، وذلك لتركيب علاقات أكثر تعقيداً[5].

– اللغة: هي القدرة على اختراع العلامات الدالة أو استعمالها عمداً[6].

– ويرى "دي سويسر لو" بأن اللغة: نظام من العلامات والرموز والإشارات الاعتباطية والتأويلية العلمانية[7].

1- علي حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم عباس الوائلي، اللغة العربية: مناهجها وطرائق تدريسها، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005م، ص 57.

2- المرجع السابق، ص 57.

3- المرجع السابق، ص 57.

4- أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياظي، الصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط 3، ص 98.

5- سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية (المفاهيم- الأسس – التطبيقات) جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2004، ص 13-14.

6- عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت 1991، ص 12.

7- أحمد إدريس الطعان: بحث في القران الكريم والتأويلية العلمانية، بحث مقدم إلى مؤتمر المعهد العالي للفكر الإسلامي 2006، مجلة مختارات، دار الكتب والوثائق، بغداد، 2007، العدد الثامن، ص 45.

– ويرى الفيلسوف البريطاني " جون. ل. اوستن " إن اللغة ليست وصفية فقط، بل هي " أدائية " أي إنها متجهة لانجاز بعض الشيء. لذا يمكن أن نؤكد إن وظيفتها الحقيقية "إنجازيه" (عندما يكون القول هو الفعل) فإننا نعني إن بإمكاننا أن نؤثر بالقول على الآخر، وندفعه للتصرف أو الفعل، أو إن نقوم نحن بالفعل)[8].

– وكل لغة تحتل صفة تمثيلية للحضارة التي نشأت فيها وساعدت على تبلورها وتطورها، ودراسة أية مفردة من مفرداتها، يرتبط بتطور استعمالها المتصل بالوعي والإدراك السياسي للواقع المعاش[9].

وغيرها من تعريفات... لكن معظم هذه التعريفات متشابهة إلى حد ما وخصوصاً أنها لا تختلف كثيراً عن تعريف ابن جني، ويرى بعض الباحثين أن التعريف الذي قدمه ابن جني متكامل لأنه يشمل عدة جوانب هي:[10]

- أن اللغة أصوات.
- أن اللغة تعبير.
- أنها تعبير يعبر بها كل قوم.
- أنها تعبير عن أغراض .

نشأة اللغة

تصدى للبحث في نشأة اللغة كثير من الفلاسفة والمتكلمين واللغويين، وذهبوا في البحث مذاهب شتى: فهذا يقول مصدرها التوقيف من الله، وذلك يقول مبدؤها الطبيعة، وآخر يقول منشؤها الاصطلاح والتواطؤ. وثمة نظريات متعددة حول نشأة اللغة، أشهرها: [11]

1– نظرية التوقيف: قال بها أفلاطون وأبو علي الفارسي، وابن حزم، وابن قدامة، وأبو الحسن الأشعري، والآمدي، وابن فارس ومعظم رجال الدين، ويستدلون بقوله تعالى: ﴿وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا﴾ [12]. وبما جاء في سفر التكوين (وجبل الربّ الإله كل حيوانات البرية، وكل طيور السماء، فأحضرها إلى آدم

8- أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 155 -156.
9- حميدة سميسم: الحرب النفسية (مدخل)، دار الكتب للطباعة – بغداد، 2000، ص 182.
10- السيد خضر، مرجع سابق، ص.24.
11- نقلاً عن - أحمد إدريس الطعان: بحث في القران الكريم والتأويلية العلمانية، بحث مقدم إلى مؤتمر المعهد العالي للفكر الإسلامي 2006، مجلة مختارات، دار الكتب والوثائق، بغداد، 2007، العدد الثامن، ص 45.
12- سورة البقرة الاية 31.

ليرى ماذا يدعوها، فكل ما دعا به آدم من ذات نفس حيّة فهو اسمها. فدعا آدم بأسماء جميع البهائم وطيور السماء، وجميع حيوانات البرّيّة)[13].

2 –نظرية المواضعة والاصطلاح: قال بها سقراط، وديمقريط، وآدم سميث، ومن العرب أبو الحسن البصري، وأبو إسحاق الاسفراييني، والسيوطي، وابن خلدون .

3 – نظرية المحاكاة: وتعني أن يحاكي الإنسان ما حوله في الطبيعة من الظواهر، وأول من أشار إلى ذلك ابن جني.

4 –نظرية الغريزة: يرى أصحاب هذه النظرية أنَّ الله زوّد الإنسان بآلة الكلام، وبجهاز للنطق، فهو حتمًا سينطق شاء أم أبى.

اللغة العربية

اللغة العربية إحدى اللغات السامية ، فلما خرج الساميون من مهدهم لتكاثر عددهم اختلفت لغتهم الأولى بالاشتقاق والاختلاط، زاد هذا الاختلاف انقطاع الصلة وتأثير البيئة وتراخي الزمن حتى أصبحت كل لهجة منها لغة مستقلة ، وأثبت المستشرقون علاقة التشابه بين اللغات السامية في أثناء القرون الوسطى.

ويرد العلماء اللغات السامية إلى الآرامية والكنعانية والعربية، فالآرامية أصل الكلدانية والأشورية والسريانية، والكنعانية مصدر العبرانية والفينيقية، والعربية تشمل المضَرية الفصحى ولهجات مختلفة تتكلمتها قبائل اليمن والحبشة. والراجح في الرأي أن العربية أقرب المصادر الثلاثة إلى اللغة الأم، لأنها بانعزالها عن العالم سلمت مما أصاب غيرها من التطور والتغير.

وترجع لغات العرب على تعددها واختلافها إلى لغتين أصليتين: لغة الشمال ولغة الجنوب. وبين اللغتين بون بعيد في الإعراب والضمائر وأحوال الاشتقاق والتصريف، حتى قال أبو عمرو بن العلاء: ما لسان حمير بلساننا ولا لغتهم بلغتنا. على أن اللغتين وإن اختلفا لم تكن إحداهم بمعزل عن الأخرى، فإن القحطانيين جلوا عن ديارهم بعد سيل العرم ، وتفرقوا في شمال الجزيرة واستطاعوا بما لهم من قوة، وبما كانوا عليه من رقي، أن يخضعوا العدنانيين لسلطانهم في العراق والشام، كما أخضعوهم من قبل لسلطانهم في اليمن. فكان إذن بين الشعبين اتصال سياسي وتجاري يقرب بين اللغتين في الألفاظ، ويجانس بين

[13]- الإصحاح الثاني عشر آية (20/19)

اللهجتين في المنطق، دون أن تتغلب إحداهما على الأخرى، لقوة القحطانيين من جهة، ولاعتصام العدنايين بالصحراء من جهة أخرى. ثم جاء الإسلام فساعد العوامل المتقدمة على محو اللهجات الجنوبية وذهاب القومية اليمنية، فاندثرت لغة حمير وآدابهم وأخبارهم حتى اليوم . وتغلبت لغة قريش على سائر اللغات لأسباب دينية واقتصادية واجتماعية أهمها : الأسواق (عكاظ، ومجنة، وذو المجاز) وموقع مكة وعمل قريش التي كانت محطاً للقوافل الآتية من الجنوب فضلاً عن القرآن الكريم.

وتختلف العربية عن اللغات المنتشرة في العالم في ثلاثة جوانب: [14][15]

أولها- العربية لها عمق تاريخي، بمعنى أنها استمرت منذ الأدب الجاهلي حتى الآن دون أن تتعرض لتغير "نوعي" كاللغات الأخرى، ولا يجد العربي المعاصر عناء في الاستجابة لأدب العرب القدماء.

ثانياً– ترتبط هذه اللغة ارتباطاً عضوياً بالدولة العربية الإسلامية ، يبدأ هذا الارتباط بالقرآن الكريم ثم يمتد في الحديث الشريف، والتفسير ، والفقه والتاريخ وغير ذلك من جوانب الحياة الإسلامية.

ثالثهاً– للغة العربية تراث هائل في الدرس اللغوي ليس له مثيل في اللغات الأخرى.

ويعد أبا الأسود بحق مؤسس الدراسة اللغوية عند العرب [16] وقد اعتبر كثير من العلماء أن العروبة اللسان [17]، وقال فيها كثيرون منهم "كارل بروكلمان" :بفضل القرآن بلغت العربية من الاتساع مدى لا تكاد تعرفه أي لغة أخرى من لغات الدنيا، والمسلمون جميعاً مؤمنين بأن العربية وحدها هي اللسان الذي أحل لهم أن يتعلموه في صلواتهم، وبهذا اكتسبت العربية من زمن طويل مكانة رفيعة فاقت جميع لغات الدنيا الأخرى التي تنطق بها شعوب إسلامية [18]. وذكر المستشرق الفرنسي "لوي ماسينيون": اللغة العربية لغة وعي، ولغة شهادة ... واللغة العربية بوجه خاص هي شهادة دولية يرجع تاريخها إلى ثلاثة عشر قرناً[19] .

وتنبع أهمية اللغة العربية من كونها ذات قدرة كبيرة على تذليل الصعاب، وقوة واضحة في مجابهة الحياة، وأنها تتمتع بقدرة فائقة على استيعاب كل جديد من العلم والحكمة والفلسفة وأنواع المعرفة الأخرى، وهي تتمتع كذلك برسوخ في الأصول وحيوية في الفروع[14] .

14- أيمن محمد عبد القادر الشيخ: ورقة بعنوان: اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية / المؤتمر الدولي في تطوير تعليم اللغة العربية اللغة العربية والعولمة وجهاً لوجه 25 -23نوفمبر 2008م، http://www.quran-unv.edu.sd/StaffContributes/4/1.doc

15- عبده الراجحي: علم اللغة التطبيقي وتعليم العربية إدارة الثقافة والنشر بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، بدون تاريخ نشر، ص.87-86.

16- السيد خضر، مرجع سابق، ص.31.

17- طالب عبد الرحمن، نحو تقويم جديد للكتابة العربية، كتاب الأمة، العدد 69السنة التاسعة عشرة، ط 1، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، الدوحة، 1999م، ص.36.

18- طه على حسين الدليمي، و سعاد عبد الكريم عباس الوائلي، مرجع سابق، ص .60

19- المرجع السابق نفسه، نقلاً عن لوي ماسينيون :المؤلفات الصغرى (بالفرنسية) م2 :، ص 625، بيروت، دار المعارف، 1963م، نقلاً عن :د /عثمان أمين، فلسفة اللغة العربية، ص،9 .

مستويات التعبير اللغوي

للتعبير اللغوي مستويات متعددة تتوقف على عوامل مختلفة ، ويمكن تلمس العديد من مستويات اللغة، نذكر هنا أهمها، وأكثرها حضوراً في المعاملات الاتصالية: [20]

لغة الحديث اليومي: وفي هذا النطاق يمكن رصد العديد من المستويات اللغوية، كلغة المثقفين، ولغة الفلاحين، ولغة العمال، ولغة البورجوازية..الخ

لغة التدوين والكتابة: وفي هذا النطاق يمكن رصد لغة الشعر، ولغة النثر الفني، ولغة العلم، ولغة الإعلام بشقيه المكتوب والمسموع..الخ.

ويتفق الباحثون على تقسيم مستويات التعبير اللغوي إلى ثلاثة مستويات كلها تأسست على الفهم الوظيفي للاتصال:

أ. المستوى التذوقي الفني الجمالي:

وهو مستوى التعبير الأدبـي الذي يسعى فيه الأدباء للتعبير عن مشاعرهم وتجاربهم الإنسانية فهو أسلوب الأدب والفن والتعبير بالعاطفة. وهذا الحكم يمكن أن يصدره الملاحظ على الأدب عبر إنتاجه لنصوص جمالية، في حقيقتها هي انعكاس تخيلي للواقع . ماضياً وحاضراً ومستقبلاً . لكنه يستخدم اللغة ذاتها كوسيلة اتصال [21]. ولا شك أن اللغة تزخر بمستويات عديدة، وتكاد تتحدد بالمستويات الاجتماعية، وبأنواع وبأشكال الخطاب، وعليه فقد رأى بعض نقاد الأدب أن لغته يمكن تمييزها بالنزوع نحو تفجير المفردات اللغوية، وإشباعها بالأبعاد الخيالية، وبالمعاني والدلالات المبتكرة، وفي سياقها العام لا تعدو أن تتفرع إلى مستويين كبيرين هما: [22]

مستوى لغة النثر.

مستوى لغة الشعر.

وتحت هاتين اللغتين لغات أخرى، وبتعبير أدق، مستويات لغوية أخرى، حيث يذهب بعض الكتاب إلى القول بأن لكل عمل أدبي لغته الخاصة، بمعنى أن لكل قصيدة لغة تختلف عن لغة القصائد الأخرى، والقول نفسه ينسحب على الفنون الأدبية الأخرى كالقصة والرواية والمسرحية..

---

[20]- أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي.. آفاق وتحديات، موقع ضفاف الإبداع http://difaf.net/main/

[21]- المرجع السابق.

[22]- المرجع السابق.

ب. **المستوى العلمي النظري التجريدي:**

الذي يٌعبر فيه العلماء عن الحقائق العلمية المختلفة، لذلك فهم يلتزمون بلغة واضحة ويستخدمون الألفاظ التي تكون على قدر المعاني وهذا المستوى يركز على الحقائق العقلانية.

ج. **المستوى العملي الاجتماعي:**

ويستخدم في وسائل الإعلام حيث يقوم الصحفي بنقل الأخبار والحقائق ، ويتميز بلغة مفهومة لدى أغلب القراء.

ومن الباحثين من يقسم النثر إلى أربعة أقسام هي:[23]

1 –النثر العادي: وهو الذي يستخدمه عامة الناس في لغة تخاطبهم دون أن يحفلوا به، أو يقصدوا فيه إلى شيء من الروية أو التفكير أو الزخرف وإنما يرسلونه مباشرة لمجرد التعبير عن حاجاتهم المختلفة.

2 – النثرالعلمي: وهو الذي تصاغ به الحقائق العلمية لمجرد إبرازها والتعبير عنها دون عناية بالناحية الفنية.

3 – النثرالفني: وهو الذي يرتفع به أصحابه عن لغة الحديث العادي ولغة العلم الجافة، إلى لغة فيها فن ومهارة وروية، ويوفرون له ضروباً من التنسيق، والتعميق، والزخرف، فيختارون ألفاظه وينسقون جمله ومعانيه.

4 – النثرالعملي (الصحفي): وهذا النوع من النثر يقف في منتصف الطريق بين لغة الأدب (النثر الفني) ولغة التخاطب اليومي (النثر العادي) له من النثر العادي الفته وسهولته الشعبية وله من الأدب حظه من التفكير وعذوبة التعبير.

وهذه المستويات موجودة في كل مجتمع إنساني[24]، والفرق بين المجتمع المتكامل السليم والمجتمع غير المعافى، هو تقارب المستويات اللغوية في الأول – وتباعدها في الآخر – فتقارب مستويات التعبير اللغوي دليل على تجانس المجتمع، وتآلف طبقاته، وحيوية ثقافته، ومن ثم تكامله وسلامته العقلية، فمن الثابت أن العصور التي يسود فيها نوع من التآلف بين المستويات العلمية والأدبية

[23]- محمد سيد محمد: الإعلام واللغة، سلسلة البحوث الإعلامية، 1، القاهرة: عالم الكتب، 1984، ص10-11،
[24]- عبد العزيز شرف: " علم الإعلام اللغوي"، المركز الثقافي الجامعي، القاهرة، ص 63.

والعملية، هي غالباً أزهى العصور وأرقاها، أما إذا كان كل مستوى لغوي بعيد عن الآخر كل البعد فهو دليل على الانفصام العقلي في المجتمع، وهذا يؤدي إلى التدهور والانحطاط والشيخوخة[25].

اللغة الإعلامية

على الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله في كثير من الكتب والدراسات، إلا أنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح، وثمة تعريفات عديدة للغة الإعلامية منها:

– هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب...وفي التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة.

- – اللغة الإعلامية هي لغة الحضارة... وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً، ويحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة، ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتتسرب في كل مكان، وليكون لها في التعبير الإعلامي سلطان. واللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل، فاللغة اللسانية والإشارات، والصور، والسينما، كلها وسائل لنقل الرسالة[26].
- – الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين "اللفظ والمعنى" هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون "بعلم الدلالات" وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجه. ويمثل اللفظ القاسم المشترك في هذا الحقل، حقل الدلالة، بين اللغة والإعلام[27].
- – اللغة الإعلامية هي لغة جماهيرية فلا بد من تحديد واختيار الرموز والإشارات التي تطابق تلك التي يختزنها المتلقي في الإطار الدلالي (المخزون المعرضي)، وهذا يقتضي البعد عن المفردات والكلمات الوحشية أو الأعجمية كي يتمكن المتلقي من تفكيك الرموز المودعة في الرسالة.

[25]- عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص84.
[26]- المرجع السابق ص85.
[27]- محمد سيد محمد: اللغة الإعلامية، (المفاهيم – الأسس – التطبيقات)، مرجع، ص 34 – 35.

❖ – يجمع الباحثون الإعلاميون على أن لغة الإعلام تتمثل أساساً في إشارات منطوقة أو مكتوبة أو مصورة، تمر من خلالها الرسالة الإعلامية إلى الجمهور، حيث لا يتم الإعلام الكامل، إلا إذا وجد رجل الإعلام اللغة التي يقتضيها الحال للتعبير عن طبيعة المعلومات والأفكار أو المشاهد والأحداث[28]. وهذه اللغة لم تظهر بين عشية وضحاها، بل تطورت عبر سنوات من الممارسة التي صقلتها الوقائع، ومن أبرزها ارتقاء المستوى الثقافي للجمهور، والموضوعات التي يتناولها الإعلام، والوجود الفعلي والحقيقي للوقائع والأماكن والأشخاص، وكذلك المردود الآني الذي ينتظر أن يحققه الإعلام[29].

❖ – يمكن تعريف اللغة الإعلامية بأنها الأداة التي يقوم الإعلاميون من خلالها بتحويل المعلومات والأفكار إلى مادة مقروءة أو مسموعة أو مرئية يمكن تلقيها وفهم واستيعاب ما تحمله من مضامين توضع في أشكال فنية معينة[30].

❖ – يشير مصطلح اللغة الإعلامية إلى تلك اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام (الصحافة، الإذاعة، التلفاز (الفضائيات) [31] ومواقع الإنترنت... وقد ارتبط ظهور وتطور هذا المصطلح مع وجود تطور وسائل الإعلام لذلك يمكن أن نميز أربعة مستويات من اللغة الإعلامية بحسب وسائل الإعلام التي تستخدمها في التواصل مع الجمهور، وهذه المستويات هي:

1 –اللغة الإعلامية المكتوبة (لغة الصحافة) وهي اللغة التي يستخدمها الصحفيون للتعبير عن أفكار أو موضوعات صحفية.

2 –اللغة الإعلامية المسموعة (لغة الوسائل السمعية) وهي لغة الصوت البشرى. ولغة الموسيقى. ولغة المؤثرات الصوتية. ولغة الصوت البشرى تنقسم إلى:

أ –اللغة البشرية الأبجدية.

ب –اللغة البشرية غير الأبجدية.

3 – اللغة الإعلامية المرئية(لغة الوسائل المرئية) اللغة البصرية وهي لغة الكائن الحي ولغة الجسم، ولغة المؤثرات البصرية....

4 –اللغة الإعلامية المستخدمة في شبكة الإنترنت (لغة الإنترنت).

إذاً اللغة الإعلامية هي اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام المتنوعة (المكتوبة والمسموعة والمرئية..) لنقل رسالة إلى جمهور وجعلها في متناول إفهامه وعلى نحو مؤثر وهادف.

28- خالد الشريف: الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة، al-sharif3333.maktoobblog.com

29- المرجع السابق.

30- محمود خليل، إنتاج اللغة في النصوص الإعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص20.

31- رافد عجيل فليح: اللغة الإعلامية، السبت 3 تموز/يوليو 2010م.

واللغة الإعلامية هي لغة عربية فصحى، ولا نعني بها ما توصف به اللغة الأدبية من تذوق فني جمالي، أو ما توصف به اللغة العلمية من تجريد نظري، إنما هي لغة بنيت على نسق عملي اجتماعي، فهي في جملتها فن يستخدم في الإعلام بوجه عام، وهذه الخاصية في اللغة العربية ظاهرة من تركيب مفرداتها وقواعدها وعباراتها تركيباً يرمي إلى (النمذجة والتبسيط). ولعل الطابع المميز للغة الإعلامية يتمثل في الدقة والوضوح والمسؤولية، حيث يرتبط الأسلوب الإعلامي بالمعلومة أشد الارتباط وبالواقع الحي الملموس، وبجرد اللحظة عند تشكلها، الأمر الذي يجعل بعضهم ينعت الصحفي بمؤرخ اللحظة، والأسلوب الصحفي بالأدب العاجل.

اللغة والكلام

يشير الباحثون إلى فروق بين اللغة والكلام من أبرزها : [32] ما قدمه "سوسيير" أن الكلام هو ما يحدث فعلاً من أصوات صادرة من الإنسان ، أما اللغة فهي مجموعة الصور الذهنية التي يمكن أن تخرج إلى الوجود في صورة كلام. ويمكن التمييز بين اللغة والكلام على الأسس الآتية:

1 - يرتبط الكلام باللغة ويتحقق كنتيجة لاستعمال اللغة.
2 - اللغة واقع اجتماعي ثابت بينما الكلام عمل فردى متغير.
3 - اللغة هي نتائج يرثها الفرد بينما الكلام عمل إرادي يتسم بذكاء الفرد.
4 - اللغة هي الجزء الاجتماعي في عملية الكلام ولا يستطيع الفرد أن يعدلها.
5 - اللغة كامنة أو سلبية وبالتالي فالأنشطة المرتبطة باللغة تنتمي إلى الكلام.

اللغة الإعلامية والخطاب الإعلامي [33]

يفرق الباحثون بين اللغة الإعلامية والخطاب الإعلامي، حيث توجد اختلافات بين الخطاب واللغة (النص) رغم نشأتهما التقليدية من الدراسات اللغوية، إن الخطاب والنص يبحثان في البناء والوظيفة لوحدات اللغة الكبرى، فالخطاب يركز على اللغة والمجتمع ، بالإضافة إلى أن الخطاب متحرك ومتغير ، وله جمهور وهدف وقصد معين، ويتشكل من مجموعة من النصوص والممارسات الاجتماعية. ويشير

32- أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 98.
33- حبيب مال الله ابراهيم: مفهوم (الخطاب) وسماته،
http://www.freemediawatch.org/majalah/document/docmajla4-200605/arabic/cover.htm

الخطاب – كما يقول "فيركلاو" – إلى استخدام اللغة حديثاً وكتابةً, كما يتضمن أنواعًا أخرى من النشاط العلاماتي مثل الصور المرئية – الصور الفوتوغرافية،الأفلام،الفيديو، الرسوم البيانية – والاتصال غير الشفوي – مثل حركات الرأس أو الأيدي... الخ – ويخلص إلى أن الخطاب هو أحد أشكال الممارسة الاجتماعية، ويستخدم الخطاب بمعني أضيق حين يقول: الخطاب هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة.[34][35][36]

وتعد اللغة أهم مكون من مكونات عملية الاتصال، فضلاً عن المكونات الأخرى المتمثلة بالأصوات والحركات والإشارات والإيماءات، فاللغة كما أسلفنا غير الكلام، فهي شيء غير ملموس، إنها معرفة نظام اتصال خلاق [37]؛ أما الكلام فهو " تحويل اللغة إلى صوت" [38]؛ ويعرف الفكر أنه " تجسد داخلي للتجارب" [39] ونستطيع أن نعد الفكر وعاءً للغة، وأداة للتعبير عن مخزون الأفراد من المعلومات، كذلك المستحدثات من الأفكار، والتي تتكون جراء الاستزادة في الخبرة.

بينما اللغة هي أداة فاعلة في قياس الخطاب، كون اللغة هي الأداة الفاعلة لنقل تلك الخطابات فضلاً عن كونها تمثل وعاءً شاملاً يغلف بالرمز. فاللغة علامات ورموز تشير جميعها إلى الأنظمة المعرفية المختلفة فضلاً عن كونها نظاماً أو ظاهرة شاملة تعطي بعداً مغايراً عن الوجود وإن اللغة التي تعنى بالخطاب هي لغة خاصة؛ وليست اللغة المتعلقة بالقواعد النحوية والصرفية أو طريقة كتابة الجمل، بل هي لغة انبثاق وعبارات غير محددة، لغة تنتظم ضمن تشكيلات خاصة لتؤلف الخطاب الذي يتسم بكونه متقاطعاً مع الأنظمة المعرفية السابقة في كل من الفن والجمال[40].

ويمكن تحليل اللغة بالمنهج السيميائي (Semitic) الذي يختص بدراسة كل شيء يمكن استعماله في الاتصال: كلمات، أشارت، صور، موسيقى، إذ تدرس السيميائية الطريقة التي تحقق بها هذه الدلالات الاتصال، والقواعد التي تحكم استعمالها، حيث تسأل السيميائية أولاً عن كيفية خلق المعنى؛ بدلاً من السؤال عن ماهية المعنى، ولفعل ذلك تستعمل السيميائية مفردات متخصصة لوصف الدلالة وكيفية عملها [41].

---

[34] - Norman fairclough,Media Discourse,London, Edward Arnold ,1995.
- Ellen Barton,Resources for discourse analysis in compesition studies, V36,i4,2002.
[35] -Fairclough, Discoure,social theory and social research:the discourse of welfare, journal of sociolingustics,4,2000.
[36]- محمد شومان: إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية الدراسات المصرية نموذجا، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة المنيا، أبريل 2004، ص 125.
[37]- يوردن جلوريا ج وآخرون، أساسيات علم اللغة، ت: محي الدين حميدي، بيروت، دار المدى للثقافة والنشر، 1998، ص23.
[38]- المرجع السابق، ص3.
[39]- يوردن جلوريا ج وآخرون، أساسيات علم اللغة، ت: محي الدين حميدي، مرجع سابق، ص3.
[40]- زينب هادي حسن، اللغة خطاب الثقافة، جريدة التآخي، بغداد، العدد (4363)، 2/ 12/ 2004.
[41]- نايف الياسين: السيميائية والبنيوية في النقد التلفزيوني، مجلة البيان، عدد (354)، ك، 2000، ص 35.

والفرق بين اللغة (Language) والخطاب (Discourse) يتضح من طروحات (فرديناد دي سوسير)، فاللغة (كما يسمونها) تعد شيئاً اجتماعيا يمتلكه المجتمع بأسره، أما (الخطاب) فيعني بالنسبة إليه منجز فردي، فاللغة وسيلة ممكنة بينما الخطاب يؤخذ على أنه أنشطة وممارسات فعلية اتصالية [42]. وثمة تعريفات عديدة حول الخطاب [43] يمكن الاستشفاف منها أهم سمات الخطاب [44] بأنه وحدة لغوية أشمل من الجملة، ونظام من الملفوظات، كما أن مصدر الخطاب فردي، وهدفه الإفهام والتأثير، ومتلقي الخطاب لابد أن يستشف المقصد الذي ينطوي عليه، وأن يتمثل الرسالة الدلالية التي تكمن فيه، وذلك لكي تكتمل دائرة الاتصال، وهنا لابد أن تحضر أيضاً مكونات أخرى من عناصر نظرية الاتصال كالشفرة والسياق، لكي ينفذ قصد القائل إلى المتلقي.

42- عبد الستار جواد، مصدر سابق، ص 70.

43- راجع مثلاً - حبيب مال الله ابراهيم: مفهوم (الخطاب) وسماته،
http://www.freemediawatch.org/majalah/document/docmajla4-200605/arabic/cover.htm

44- روبرت شولتر: السيمياء والتأويل، ترجمة: سعيد الغانمي، بيروت، المركز الثقافي، 1993، ص 62.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة أنه ليس ثمة اتفاق شامل على مفهوم محدد للّغة، وقُدمت تعريفات عدة للّغة يرجع سبب كثرتها وتعددها إلى ارتباط اللغة بكثير من العلوم، واللغة في أبسط معانيها : مجموعة علامات ذات دلالة جمعية مشتركة ممكنة النطق من كل أفراد المجتمع المتكلم بها، أو ذات ثبات نسبي في كل موقف تظهر فيه، ويكون لها نظام محدد تتآلف بموجبه بحسب أصول معينة، وذلك لتركيب علاقات أكثر تعقيداً. وتحتل كل لغة صفة تمثيلية للحضارة التي نشأت فيها وساعدت على تبلورها وتطورها، ودراسة أية مفردة من مفرداتها، يرتبط بتطور استعمالها المتصل بالوعي والإدراك السياسي للواقع المعاش.

ومعظم تعريفات اللغة متشابهة إلى حد ما والتعريف المتكامل يشرير إلى أن اللغة: أصوات – وتعبير – يعبر بها كل قوم – عن أغراض معينة. وثمة نظريات متعددة حول نشأة اللغة، أشهرها: نظرية التوقيف، ونظرية المواضعة والاصطلاح، ونظرية المحاكاة، ونظرية الغريزة.

بينما اللغة العربية إحدى اللغات السامية، وتختلف العربية عن اللغات المنتشرة في العالم في ثلاثة جوانب: بعمقها التاريخي، وارتباطها بالدولة العربية الإسلامية، وبتراثها الهائل في الدرس اللغوي . وللتعبير اللغوي مستويات متعددة تتوقف على عوامل مختلفة، منها لغة الحديث اليومي ، ولغة التدوين والكتابة، ويتفق الباحثون على تقسيم مستويات التعبير اللغوي إلى : المستوى التذوقي الفني الجمالي (لغة النثر – لغة الشعر) والمستوى العلمي النظري التجريدي، والمستوى العملي الاجتماعي. ومن الباحثين من يقسم النثر إلى: النثر العادي والعلمي والفني والعملي (الصحفي).

وتشير اللغة الإعلامية إلى اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب... وفي التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة.

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- من تعريفات اللغة:

A – أصوات يعبّر بها كل قوم عن أغراضهم

B – نظام صوتي ذو مضامين محدودة تتفق عليه جماعة معينة ويستخدمه أفرادها في التفكير والتعبير والاتصال فيما بينهم

C – نظام صوتي يمثل سياقاً اجتماعياً وثقافياً له دلالاته ورموزه، وهو قابل للنمو والتطور

D – a وb

E – a وb و c

الإجابة الصحيحة E

2- من أشهر نظريات نشأة اللغة:

A – نظرية التوقيف: النشأة الربانية للغة

B – نظرية المواضعة والاصطلاح: التي قالت

C – نظرية المحاكاة: التي قالت بأنَّ الله زوّد الإنسان بآلة الكلام، وبجهاز للنطق، فهو حتماً سينطق شاء أم أبى

D – a وb

E – a وb و c

الإجابة الصحيحة D

3- يتفق الباحثون على تقسيم مستويات التعبير اللغوي إلى:

A – المستوى التذوقي الفني الجمالي

B – المستوى العلمي النظري التجريدي

C – المستوى العملي الاجتماعي

D – a وb

E – a وb و c

الإجابة الصحيحة E

4- ثمة تعريفات عديدة للغة الإعلامية منها:

A – هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام

B – هي لغة جماهيرية فلا بد من تحديد واختيار الرموز والإشارات التي تطابق تلك التي يختزنها المتلقي في الإطار الدلالي (المخزون المعرضي)

C – إشارات منطوقة أو مكتوبة أو مصورة، تمر من خلالها الرسالة الإعلامية إلى الجمهور

D - a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة E

5- يمكن التمييز بين عدة مستويات من اللغة الإعلامية بحسب وسائل الإعلام:

A – اللغة الإعلامية المكتوبة (لغة الصحافة)

B – اللغة الإعلامية المسموعة (لغة الوسائل السمعية)

C – اللغة الإعلامية المرئية (لغة الوسائل المرئية)

D – a وb

E – a وb و c

الإجابة الصحيحة E

6- تعد اللغة أهم مكون من مكونات عملية الاتصال، فضلاً عن المكونات الأخرى المتمثلة بالأصوات والحركات والإشارات والإيماءات:

A – صح

B – خطأ

الإجابة الصحيحة A

7- تعد اللغة برأي (فرديناد دي سوسير) لا شيئاً اجتماعياً يمتلكه المجتمع بأسره، أما (الخطاب) فيعني منجز فردي، فاللغة وسيلة ممكنة بينما الخطاب يؤخذ على أنه أنشطة وممارسات فعلية اتصالية:

A – صح

B – خطأ

الإجابة الصحيحة A

المراجع

1. علي حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم عباس الوائلي، اللغة العربية: مناهجها وطرائق تدريسها، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005م.
2. أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياظي، الصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط 3.
3. سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية (المفاهيم- الأسس – التطبيقات) جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2004.
4. عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت 1991.
5. أحمد إدريس الطعان: بحث في القرآن الكريم والتأويلية العلمانية، بحث مقدم إلى مؤتمر المعهد العالي للفكر الإسلامي 2006، مجلة مختارات، دار الكتب والوثائق، بغداد، 2007، العدد الثامن.
6. حميدة سميسم: الحرب النفسية (مدخل)، دار الكتب للطباعة – بغداد،2000.
7. السيد خضر، اللغة العربية: مشكلاتها وسبل النهوض بها، ط1، ب ن، 2003م.
8. سورة البقرة الآية 31.
9. الإصحاح الثاني عشر آية (20/19).
10. أيمن محمد عبد القادر الشيخ: ورقة بعنوان: اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية / المؤتمر الدولي في تطوير تعليم اللغة العربية اللغة العربية والعولمة وجهاً لوجه23- 25 نوفمبر 2008م. http://www.quran-unv.edu.sd/StaffContributes/4/1.doc
11. عبده الراجحي: علم اللغة التطبيقي وتعليم العربية إدارة الثقافة والنشر بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، بدون تاريخ نشر.
12. طالب عبد الرحمن، نحو تقويم جديد للكتابة العربية، كتاب الأمة، العدد69 السنة التاسعة عشرة، ط1، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الدوحة، 1999م.
13. أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي.. آفاق وتحديات، موقع ضفاف الإبداع http://difaf.net/main/.
14. محمد سيد محمد: الإعلام واللغة، سلسلة البحوث الإعلامية، 1، القاهرة: عالم الكتب، 1984.
15. عبد العزيز شرف: "علم الإعلام اللغوي"، المركز الثقافي الجامعي، القاهرة.

16. محمد سيد محمد: اللغة الإعلامية، (المفاهيم – الأسس – التطبيقات).
17. خالد الشريف: الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة، al-sharif3333.maktoobblog.com.
18. محمود خليل، إنتاج اللغة في النصوص الإعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2009.
19. رافد عجيل فليح: اللغة الإعلامية، السبت 3 تموز/يوليو 2010م.
20. حبيب مال الله ابراهيم: مفهوم (الخطاب) وسماته، http://www.freemediawatch.org/majalah/document/docmajla4-200605/arabic/cover.htm
21. Norman fairclough,Media Discourse,London, Edward Arnold ,1995.
22. Ellen Barton, Resources for discourse analysis in composition studies, V36,i4,2002.
23. Fairclough, Discourse, social theory and social research: the discourse of welfare, journal of sociolinguistics, 4, 2000.
24. محمد شومان: إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية الدراسات المصرية نموذجا، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة المنيا، أبريل 2004.
25. يوردن جلوريا ج وآخرون، أساسيات علم اللغة، ت: محي الدين حميدي، بيروت، دار المدى للثقافة والنشر، 1998.
26. زينب هادي حسن، اللغة خطاب الثقافة، جريدة التآخي، بغداد، العدد (4363)، 2-12-2004.
27. نايف الياسين، السيميائية والبنيوية في النقد التلفزيوني، مجلة البيان، عدد (354)، ك، 2000.
28. عبد الستار جواد، اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، إربد: دار الهلال للترجمة، 1998م.
29. روبرت شولتز: السيمياء والتأويل، ترجمة: سعيد الغانمي، بيروت، المركز الثقافي، 1993.

الوحدة التعليمية الثانية

أهمية اللغة في الإعلام ودور الإعلام اللغوي

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

1 – التعريف بالأسباب التي أدت إلى الاهتمام بدراسة اللغة.

2 – التعرف على وظائف اللغة في الإعلام:

- التعرف على وظيفة اللغة الاتصالية.
- التعرف على وظيفة اللغة كأساس من أسس وحدة الأمة.
- التعرف على وظيفة اللغة في حفظ تراث الأمة.
- التعرف على وظيفة اللغة في عكسها لما تفكر به الأمة.
- التعرف على تأثير اللغة في السلوك الفردي والاجتماعي.
- التعرف على تعبير اللغة عن ازدهار الفرد والمجتمع.
- التعرف على دور اللغة في السيطرة.

3 -**التعرف على دور الإعلام في اللغة من خلال:**

- دور الإعلام في ترميز الواقع.
- دور الإعلام كمؤسسة تكوين ثقافي.
- دور الإعلام كمؤسسة تعليم مستمر.
- دور الإعلام في تنمية الملكة اللغوية.
- دور الإعلام في تنمية التفكير الإبداعي.
- دور لغة الإعلام في تلبية احتياجات الجمهور.
- دور الإعلام في اختراق مجالات الحياة.
- دور الإعلام في بعث الروح في المخزون اللغوي.
- هيمنة الإعلام على اللغة.

أهمية اللغة في الإعلام

تكمن أهمية اللغة في كونها أهم مميزات الجنس البشري عن غيره من المخلوقات التي يتعامل معها في محيط حياته ووجوده على هذه الأرض، كما تعد وسيلة التفاهم ووعاء الحضارة، بالإضافة إلى أنها ترسخ في عقول أبنائها منذ الصغر أفكاراً وعادات وتقاليد هي جماع الثقافة الخاصة بالمجتمع، ومن ثم فإن نظرة الفرد والشعب إلى الحياة والكون والوجود غالباً ما تنبع من إرثه اللغوي الذي تربى عليه يوماً بعد يوم[1] لذا كان من الطبيعي أن تحظى اللغة باهتمام الشعوب على امتداد التاريخ الإنساني، وقد تمثل هذا الاهتمام في الآتي:[2][3]

1 – ينزع الإنسان بطبيعته إلى البقاء، وهو يعلم أنه ميت فانٍ، ولذا فإنه يريد أن يبقي لنفسه ذكراً بين أجياله المتلاحقة، ووسيلته الأولى إلى ذلك تسجيل ما يريد لغوياً.

2 – مشاركة اللغة في التسجيل من خلال الصور والرسوم والفخار والمعادن وغيرها، وهذا كله بدافع إبقاء الذكر الذي يمثل كل ما يفكر فيه الإنسان.

3 – لا تكاد توجد أمة لم تقم بدراسة لغتها ووضع القواعد الكفيلة بفهمها وتيسيرها لمتعلميها.

ولعل تعدد وسائل الإعلام، وثورة الاتّصالات، وتصارع الإيديولوجيات، وتشابك المصالح، قد جعلت استخدام اللغة في وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية، صناعة متطوّرة لها علاماتها الفارقة وخصائصها المميّزة فقد صارت **اللغة الإعلامية** تُوظّف توظيفاً دقيقاً للتعبير عن هذه المصالح باستخدام المفردات والصياغات الإخبارية على نحو يخدم أهداف صانع الرسالة الإعلامية ومخطّطها [4] [5]. وفي هذا السياق نجد إن وسائل الإعلام والاتصال كافة تعتمد اعتماداً كلياً في إيصال رسالتها على اللغة وطرق توظيفها بالشكل الذي ينسجم مع أهداف القائم بالاتصال.ولعل أهمية اللغة في الإعلام تبرز في النقاط الآتية:

1- السيد خضر، اللغة العربية:مشكلاتها وسبل النهوض بها، ط1، بدون دار نشر، بدون مكان نشر، 2003م، ص8-7

2- أيمن محمد عبد القادر الشيخ: ورقة بعنوان: اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية /مرجع سابق.

3- السيد خضر، اللغة العربية: مشكلاتها وسبل النهوض بها، مرجع سابق، ص.20-19

4- عبد الستار جواد: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 36. .

5- سعد محمد الكردي:الإعلام وتنمية الملكة اللغوية، م م ل ع، بدمشق، م74 ج3، ص648 .

اللغة وسيلة اتصال

أدّت اللغة، منذ القدم الدور الاتصالي الرئيس في سياق التطوّر البشري والعلاقات الإنسانية.. واللغة فعل فزيولوجي لدفعها عدداً من أعضاء الجسم إلى العمل، كما أنّها فعل نفسي لأنها تستلزم نشاطاً إرادياً للعقل، وهي فعل اجتماعي لأنها استجابة لحاجات الاتصال بين بني الإنسان[6][7]. وفي أولى المبادرات الاتصالية نجد محاولة الإنسان خلق خطوطه الأولى عندما قام بمحاكاة أصوات الطبيعة[8].. فكان بذلك يضع اللبنات الأولى لتعرّفه إلى العالم، ونقل هذا التعرّف إلى الآخرين، كما كانت الخطوات الأولى نحو الحياة الاجتماعية كانت الخطوة الأولى باتجاه اجتماعية اللسان[9].. وهو ما أدّى إلى صنع تاريخ اللغة التي لم تولد وتنمو وتتطور إلا في أوساط اتصالية مختلفة، بسيطة حيناً ومعقدة حيناً آخر، تحمل من مزايا الإنسان ما تحمل في سياق انتقاله من مرحلة إلى أخرى... وهذا التاريخ الاتصالي يقسم إلى ثلاث محطات إنسانية كبرى، أُطلق عليها اسم "ثورات"، لما حملته من تغييرات على المستويات الإنسانية كلّها.. فالثورة الأولى هي اختراع الحروف على يد الفينيقيون، والثانية اختراع المطبعة على يد "غوتنبرغ" والثالثة الثورة الإلكترونية[10].

وحتى يتحقق الاتصال الإعلامي الناجح ينبغي التغلب على عقبات الفهم ويسر القراءة.. حتى تتم عملية الاتصال بأقل ما يمكن من تداخل، وبطريقة اقتصادية ناجحة.وعلى المرسل اختيار رموزه (كلماته وصوره ورسومه وعناوينه...) ويقدمها بعناية تامة، ويعرف مدى سرعة القراءة لدى القارئ، ومدى التركيز على الكلمات أو مجموعات الكلمات ومدى ما يستوعب في ذاكرته من المعاني المؤقتة حتى ينتهي من قراءة الجملة أو الاستماع لها أو مشاهدتها.

اللغة أساس وحدة الأمة

تعد اللغة لكل أمة من الأمم جوهر شخصيتها ورهن بقائها وأساس حضارتها وثقافتها،ومن خلال اللغة يكتسب الفرد هذه الميزات، ويكتسب شخصيته وتتعزز فيه قيم الولاء والانتماء الصادق للغته وقومه ولعل هذا أحد الأسباب التي جعلت العرب القدماء يوجهون أبناءهم للبادية ليتلقوا لغتهم الأم من منبعها

---

6 - لسان العرب، ابن منظور، المجلد السادس، ص 936-937.

7- سالم المعوش: اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان دراسة تحليلية ونقد، مجمع اللغة العربية الأردني، ا لثلاثاء 32 ربيع الآخرة 1424هـ 24 حزيران 2003م http://www.majma.org.jo/majma/index.php/2009-02-10-09-35-28/254-21-6.html.

8 -- معن زيادة: الموسوعة الفلسفية العربية، م1، مادة اتصال، معهد الإنماء العربي، بيروت، 1986، ص18..

9 -- فاروق إبراهيم علي: الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الاتصالات، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، عدد 1989، ص28-29.

10 - مسارع الراوي: اللغة العربية والوعي القومي، وسائل الاتصال الجماهيري، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986م، ص86،

الأصلي فينهلوا من هذا المنبع الصافي الذي نشأ عليه آباؤهم، بل وكانوا يوصون أبناءهم بحفظ كلام العرب وأشعارهم.

تحفظ اللغة حضارة الأمة [11][12]

إذا ضاعت اللغة فإنّه إيذان بضياع الشخصية، وضياع الشخصية هو ضياع للأمة.. فأيّ أمة يراد لها أن تدخل المعترك العالمي بقوة عليها أن تدخله بلغة قوية موحدة وسليمة قادرة على المحافظة على ذاتها[13] وبالنسبة للّغة العربية لم تكن مجرد حامل معنوي أو كائن وظيفي، بل بقيتْ نواةَ الكتلة الحضارية العربية دوماً.. وبحضورها الجمالي الأدبي وخصوصاً الشعري كانتْ إعلاماً أيضاً.. وإعلاماً سياسياً، وبظهور الإسلام حمل القرآنُ العظيم سراً عربياً عزيزاً وفائقاً هو «اللغة المعجزة»[14].

تعكس اللغة ما تفكر به الأمة

تنبع أهمية اللغة من كونها تهدف إلى نقل المعرفة.. ولا إعلام من غير معرفة، وهي متنوّعة وتحتاج إلى صوغ لغويّ معيّن.. وإذا كان الخبر – المعرفة يأتي بعبارة سريعة غير مفهومة تتحوّل المعرفة إلى شكل معلومات تضيع بين المؤثرات العديدة المعتمدة في الإعلام، وتنتقل اللغة في رحلة طويلة حتى تأخذ شكلها الأخير المعروض بما يناسب الموقف، لا ما يناسبها في أحيان كثيرة[15]. وذهب بعض الباحثين إلى أن الناس تبني حضارتها وفق عالم اللغة، فهؤلاء يخضعون إلى عالم اللغة التي هي وسيلتهم في التعبير والواقع يرتكز لا شعوريا على العادات الغوية للجماعة[16].

وتستخدم اللغة للتعبير عن المعارف والأحداث بدقة ووضوح باعتبارها لغة معرفية، تستخدم في الرياضيات والعلوم الهندسية والتطبيقية، كما تستخدم لإثارة العواطف والانفعالات في نفوس الناس، أو في نفس الشخص ذاته، عندما يعيش في عالم أحلام اليقظة، لاسيما في الأوقات التي يكلم فيها نفسه أو

---

[11]- سالم المعوش: اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان دراسة تحليلية ونقد، مرجع سابق.

[12]- رشاد سالم: اللغة العربية والإعلام، مؤتمر اللغة العربية أمام تحديات العولمة، الذي عقد في بيروت في المعهد الجامعي للدراسات الإسلامية بتاريخ 7-2002/4/8، ص576.

[13]- مجموعة باحثين: مكانة اللغة العربية بين اللغات العالمية، من بحث بعنوان "اللغة العربية وتحديات القرن الواحد والعشرين"، إبراهيم بدران، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2001، ص358- 359.

[14]- عزيزة علي: الإعلام إشارةٌ من التاريخ!!، مجلة الكويت العدد 305، 2009، http://archive.kuwaitmag.com/index.jsp?version=3

[15]-. جون ماكبرايد: أصوات متعددة وعالم واحد، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981، ص27- 28

[16] محمد سيد، محمد: -: الإعلام واللغة، مرجع سابق، ص ص10-11.

دميته، وفي تلك الحالة يلجأ الشخص إلى الرموز، وهذه الرموز إما أن تكون معرفية تؤدي إلى "معلومات" أو غير معرفية تؤدي إلى"انفعالات غامضة وأوهام . فثمة علاقة عضوية بين التعبير والتفكير ودوره في بناء العقل، وتنظيم المحاكمات العقلية وإسعاف العقل، وتزويده بالأوعية المطلوبة لنشاطه، واغنائه بمجموعة مفردات خصبة ومرنة تحول دون انحباس المعاني أو ابتسارها، وتمنح العقل الرحابة والانطلاق في التفكير في فضاء من طلاقة التعبير، لذلك يقال من تكلم بلسان قوم فكر بعقلهم [17].

تتأثر اللغة وتؤثر في السلوك الفردي والاجتماعي

لقد أثبت علماء الدلالة أن الألفاظ تؤثر على الجهاز العصبي للإنسان، كما أن اختيار الألفاظ هو الذي يساعد على التحكم في اتجاهات الناس وتصرفاتهم[18]، ولما كان خبراء الإعلام يهدفون إلى تعديل الاتجاهات وتكوين الآراء لكسب التأييد وتعبئة الشعور عن طريق الوعي والتنوير، مما يؤدي إلى تصرفات اجتماعية سليمة، فتم الاعتماد على نتائج علم الدلالة. وأخذ الباحثون في الاتصال يبحثون في اللغة باعتبارها عنصراً أساسياً في عملية الاتصال الإعلامي[19]. فاللغة إذن هي العروة الوثقى التي جعلت الاتصال عملية اجتماعية وهي التي تحدد الكيان الاجتماعي للاتصال الإعلامي أو اضطرابه في مواجهة المعايير التي يفرضها المجتمع في المظهر والسلوك. وتأخذ اللغة الإعلامية الكثير من سماتها من طبيعة لسان قومها ذاته، وهكذا فإن الطريقة التي نتحدث بها عن الأشياء تختلف من ثقافة إلى أخرى. كما تؤثر اللغة الإعلامية في تصورات الناس، وفي استجلاء حقيقة الأحداث والأشياء، وفي إغناء الرصيد المعرفي واللغوي للجمهور.. وكما يقول محمد حسنين هيكل إن الكلمة الإنشائية تزول، وتبقى الكلمة التي تعكس واقعًا هو جزء من تصور الناس[20].

---

[17] - نور الدين بلبيل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق.

[18] -. منقور عبد الجليل: علم الدلالة، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ص57

[19] -. صقر خوري: الفكر واللغة، مجلة المعرفة السورية، العدد 496، 2005م، ص179

[20]- المرجع السابق.

تعبر عن ازدهار الفرد والمجتمع أو انحطاطهما

إذا كانت اللغة فعل اجتماعي من حيث أنها استجابة لحاجة الاتصال بين بني البشر، فلا فرق إن تكون الحاجة عامة لتسيير أمور الناس في حياتهم المختلفة أو خاصة للتعبير عن الأفكار التي تجول في ذهن الفرد[21]. لأن اللغة وسيلة وليست غاية، ولكني لا أرى أن اللغة هي من أهم العوامل التي تكون هوية الشعوب، واللغة في كل زمان ومكان يتحدد شكلها وثروة مفرداتها، بحسب معطيات العصر نفسه. ولو حاولنا أن نكتب عن واقع الوطن العربي المأساوي بصياغات ومفردات وأسلوب الجاحظ.. أو عبد الله بن المقفع... أو حتى طه حسين الأكثر حداثة..... [22] هل نحصل على مبنى روائي أجمل وفنية أرقى، ولغة أبعد تأثيراً ؟! فاللغة وعاء حي ومتطور باستمرار، ولكل عصر لغته، مفردات ومعان ومناخ ثقافي وفكري[23].

ومادامت الخاصية الأساس للكتابة الإعلامية هي سلامة اللغة، فإنّ من صميم هذه الخاصية النطق السليم للغة. والاستعمال الخاطئ للغة، سواء أكان داخل وسائل الإعلام أم خارجها، يعطل الفكر، ويشل القدرات الذهنية للناس، ويفسد لسانهم. وعندما تمرّ المجتمعات بفترات سيئة من تاريخها، ينعكس ذلك على لغة الإعلام، لأن الواقع بشذوذه وتشابكه وتعقيده عندما ينعكس في الإعلام لابد أن تبدو صورة الشذوذ والتشابك والتعقيد في اللغة المستخدمة أيضاً[24].

اللغة مصدر من مصادر السيطرة

تعامل القائمون على صناعة الإعلام مع هذه الرؤية كقاعدة لبناء المفاهيم. وبموجبها أسسوا دعامات اللغة الدعائية، من خلال وسائل إعلامية متنوعة هي التي حدّدت طبيعة اللغة الاتصالية، ومنسوب الهيمنة، ففي بداية الوعي الإنساني لم يكن الإعلام في صورته الأولية سوى رسالة إخبارية لمخاطبة أكبر شريحة ممكنة، وإنتاج الوعي المتعلق بمعاني السلم والعدالة الاجتماعية. وبسرعة خاطفة

21 ـ محمد عبد المطلب البكاء: لغة الإعلام بين الفصحى والعامية، جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الأول، 2005، ص175.

22 ـ نبيل عودة: لغتنا العربية وهويتنا القومية، النهار الإخبارية العدد الصادر في 2010/2/20م
http://www.alnaharnews.net/ar//news.php?maa=View&id=13138

23 ـ المرجع السابق

24 ـ محمد سيد محمد، الإعلام واللغة، مرجع سابق، ص 15.

تحول إلى بوق أيدلوجي بيد كل الفئات والجماعات التي أحالته إلى خطاب على درجة من التلازم البنيوي مع مستوجبات الدعاية السياسية. وبفعل التحولات صار سلاحاً حربياً، يُصنف ضمن أسلحة القوة الناعمة، أو الغزو اللين، بحسب المصطلحات الإعلامية الحديثة، إلى أن تحزّب، وخفتت موضوعيته، عندما تم توظيفه في لعبة الأمم، والصراعات الدولية، بعد أن تم تعديل جملة من القوانين الدستورية التي تسمح بالرقابة على الإعلام، وربطه بالأمن القومي.

دور الإعلام اللغوي

اللغة في كل مجتمع نظام عام يشترك الأفراد في إتباعه ويتخذونه أساساً للتعبير عما يجول بخواطرهم وفي تفاهمهم بعضهم مع بعض، وعلى ذلك فإننا لا يمكن أن ندرس تأثير اللغة الإعلامية في الرأي العام دراسة موضوعية[25] عن طريق دراسة سلوك الأفراد بوصفهم أجزاء منفصلة،كدراسة الصفات الفيزيائية والكيميائية للمواد. فاللغة ليست من الأمور التي يصنعها فرد معين أو أفراد معينين، وإنما تخلقها طبيعة الاجتماع وتنبعث عن الحياة الجمعية، وما تقتضيه هذه الحياة من تعبير عن الخواطر وتبادل للأفكار، وكل فرد منا ينشأ فيجد بين يديه نظاماً لغوياً يسير عليه مجتمعه، فيتلقاه عنه تلقائياً بطريق التعلم والتقليد، كما يتلقى عنه سائر النظم الاجتماعية الأخرى، ويصب أصواته في قوالبه ويسلكه في تفاهمه وتعبيره[26].

واللغة – ولاسيما اللغة الإعلامية– من الأمور التي يرى كل فرد (المرسل– المتلقي) مضطراً إلى الخضوع لما ترسمه، وكل خروج على نطاقها ولو كان عن خطأ أو جهل يلقى من الرأي العام مقاومة، تكفل رد الأمور إلى نصابها الصحيح[27]، ذلك لأن اللغة الإعلامية تشكل في النهاية جزءاً من النظام اللغوي العام السائد فإذا اتخذت هذه اللغة منحىً مختلفاً عن النظام اللغوي العام، فإن مصير هذه اللغة، لن يكون إلا الرفض من قبل المتلقي[28].

[25]- عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص12.
[26]- المرجع السابق، ص13.
[27]- المرجع السابق، ص9.
[28]- عماد حسين أحمد، http://www.tollabwashabab.com

صحيح أن اللغة الإعلامية لا تستغني عن نتاج الدراسات اللغوية بمختلف ميادينها، فتأخذ منها ما تهتدي إليه من ظواهر لغوية، وما تكشفه من بحوث فنية تفيد في دراسة لغة الإعلام وتهذيب ألفاظها وتوسيع نطاقها وترقية مفرداتها وإدخال مفردات جديدة على مفرداتها، وتدعيم خصائص هذه اللغة من تبسيط وسلامة ووضوح، واقتراب شديد من لغة الواقع الحي المثقف دون إسفاف أو هبوط إلى العامية... واستخدام اللغة العملية التي تعبر عن الحياة والحركة والعمل والانجاز. ولكن الصحيح أيضاً أن الإعلام يؤثر في اللغة في أشكال شتى وهو ما يحاول هذا الفصل أن يلقي عليه بعض الضوء. ويمكن لعلم اللغة أن يفيد من اللغة الإعلامية، ذلك لأن علاقة اللغة الإعلامية بعلم اللغة هي علاقة تأثير وتأثر... فعلاقة التأثير بين اللغة الإعلامية وعلم اللغة هي علاقة التنمية اللغوية، فوسائل الاتصال والإعلام تسهم في نشأة كلمات لم تكن موجودة في اللغة من قبل، وفي هجر كلمات كانت مستخدمة فيها أو انقراضها انقراضاَ تاماً. ذلك أن وسائل الإعلام تعكس أهم العوامل التي تدعو إلى نشأة كلمات في اللغة، كمقتضيات الحاجة إلى تسمية مستحدث اجتماعي جديد(29). **ويتجلى دور الإعلام في اللغة في النقاط الآتية:**

الإعلام يرمز الواقع

وظيفة اللغة كنظام رمزي لا شعوري، بحسب "إدوارد سابير" تتجاوز فكرة التوصيل، إلى مهمة (ترميز العالم) حيث يميل إلى القول إن "الناس لا يعيشون في العالم الموضوعي فقط، ولا في عالم النشاط الاجتماعي، كما يُفهم في العادة، بل هم واقعون تحت رحمة اللغة التي أصبحت وسيطاً للتعبير في المجتمع الذي يعيشون فيه (30) (31). وإذا كان (الأدب توسيعاً، لبعض خصائص اللغة واستعمالاتها) بحسب فاليري الذي يرى أنه لا يمكن أن يكون إلا في هذا الحيز، فإن الإعلام أيضاً هو حالة من حالات تفجير اللغة وتطويرها وتوسيع مداها التعبيري والاستعمالي، رغم اختلاف المنطلقات والمرامي، حيث ينشأ العمل الأدبي عن ذات أو فرد، ويتوجه بحسب نظريات التلقي إلى المجموع، فيما يصدر الإعلام عن مؤسسة، تقف خلفها جماعة، تتفنن في نقل الواقع، أو خلقه، أو تأويله، حيث تستهدف التأثير

[29]- محمد نادر السيد: لغة الخطاب الإعلامي، المرجع السابق، ص15-17.
[30]- عزيزة علي: الإعلام إشارةٌ من التاريخ!!، مجلة الكويت العدد 305، 2009، http://archive.kuwaitmag.com/index.jsp?version=3
[31]- محمد العباس: الإنسان واللغة من التواصل إلى الأعلَمة، مرجع سابق

.

في المجموع من خلال أولويات (أجندة) كما تنتقي معلومات مملاة من جماعات ضغط سياسية ونقابية ومذهبية، ولا تمرّر إلا ما يتناسب مع معايير القوى الاجتماعية. يتم بمقتضاها تحويل اللغة الإعلامية إلى قوة روحية مصعدة بمقدورها بناء الواقع، والتحكم في مجرياته[32]. وباتت اللغة في إعلام اليوم سلاحاً أكثر فاعلية، فهي أشبه بالسلاح مكتوم الصوت..و يرجع دور وسائل الإعلام في الحياة اللغوية، إلى عدة عوامل، منها طبيعة اللغة ووظيفتها، فاللغة في المقام الأول ظاهرة مقروءة منطوقة مسموعة، واللغة أهم نظم الاتصال، ويتيح استخدام الصورة في وسائل الإعلام المرئية أن تقدم الرسائل الإعلامية بعناصرها اللغوية وغير اللغوية. فاللغة ضَرْبٌ من ضروب السلوك، وليست مجرد معرفة، ووسائط الإعلام تؤثر في تكوين هذا السلوك اللغوي تأثيراً بعيداً[33]. وتؤثر وسائل الإعلام في اللغة أكثر من الوسائل الأخرى، لأنَّ اللغة هي حجر الأساس في العملية الإعلامية على تعدّد قنواتها وتنوّع وسائلها واختلاف اللغات التي تستخدم فيها. وكلما كانت اللغة سليمة محافظة على قوتها ونصاعتها وافية بمتطلبات التعبير عن روح العصر، كان الإعلام ناجحاً في إيصال الرسائل إلى الجمهور العريض من المتلقين. فإذا فسدت اللغة الإعلامية، فسد بالتبعية الذوق العام، وفسد الفهم للأمور، وتعذر التواصل.

الإعلام مؤسسة تكوين ثقافي

يعدّ الإعلام من أهمّ مؤسسات التكوين الثقافي، ولا نجافي الحقيقة إن قلنا إنّ جميع مصادر التشكيل الثقافي على تنوّعها أصبحت بحوزة الإعلام الذي أصبح يغطّي قطاعات واسعةً وعريضة من المواطنين، باهتماماتهم واختصاصاتهم وأعمارهم، بدءاً من عالم الطفولة وانتهاء بالشّيخوخة، حيث يقدّم الإعلام اليوم الثقافة والتوجيه والترفيه والمعلومة، ويشكل نظرة الإنسان، ويمنحه المعيار الذي ينظر منه إلى الأشياء، بل يدربه على ذلك، ويقدم له النتائج، فهو يقرأ له، ويكتب له، ويروي له، ويبيع له، ويشتري له، ويسهم بصنع شخصيته المستقبلية، إلى درجة أصبح يمكن معها التنبؤ بردود الأفعال الممكنة، ووضع الحلول والأوعية المطلوبة لحركتها مسبقًا. إضافةً إلى امتلاكه قدرات خارقةً في الوصول إلى المعلومات بشبكات مراسليه ووكالاته[34] . وتقدّم وسائل الإعلام العديد من المعارف والخبرات، ولا يكون لتلك المعارف والخبرات كبير جدوى ما لم تُنْقل للجمهور بلغة قوامها الكلمات الفصيحة، والتراكيب السليمة، والعبارات

32- المرجع السابق.

33- محمود فهمي حجازي: في اللغة، مرجع سابق، ص 472

34_ نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، ضمن سلسلة كتاب الأمة، قطر، ط 1، 2001، ص ص28-31

الثرية بمضامينها ومدلولاتها، والصيغ التي تحفظ للغة أصالتها، وتصون تراثها، وتبرز شخصيتها، وترفع مقام أهلها، وترقى بحضارتهم[35].

الإعلام مؤسسة تعليم مستمر

تعادل وسائل الإعلام المدرسة بالنسبة لأعداد لا حصر لها من الرجال والنساء الذين حُرموا من التعليم، وإنْ لم يستطيعوا أن يحصُلوا منها إلاّ على العناصر التي يتّسم مغزاها بأقلّ قدر من الثّراء، ومضمونها بأكبر قدر من البساطة[36]. واحتلّت وسائل الإعلام مكان الوالدين والمدرّسين في نقل العلم والمعرفة، وأصبح معظم التعليم يتمّ خارج الفصل الدراسي، وأصبحت الكميّة الفائقة من المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام في أيامنا هذه، تفوق بكثير كمية المعلومات التي ينقلها مدرّس الصرف، وقد حطّم هذا التحدّي احتكار الكتاب بوصفه مساعداً أساسيّاً في العملية التعليمية، وأحدث شرخا في جدار الصرف الدراسيّ [37].

وإذا كان الإعلام بالمستوى المطلوب لُغةً وأداء، يصبح مدرسة مفتوحة للجميع؛ وفي المجال اللغوي ومع استمرار السماع ينضج الأسلوب والطريقة في الذهن، فتتولّد المقدرة على المحاكاة، ويبدأ الإنسان في استخدام اللغة السليمة في حاجاته وأغراضه وأفكاره وهذا يعني أنّ وسائل الإعلام قادرة على تنمية الملكة اللغوية عند المتلقّي، مما سوف يؤدي إلى الارتقاء بالإعلام نفسه، والتحوّل من لغة الأميّة والجهل (العاميّة) إلى لغة العلم والحضارة (الفصحى)، والارتقاء بالأداء، وبناء القاعدة اللغوية والثقافية المشتركة: الفصحى؛ وبذلك يشكل الإعلام موقعاً مسانداً للعملية التعليمية والتربوية[38] .

الإعلام ينمي الملكة اللغوية

كثير من الباحثين درس وظائف الإعلام [39] وتناسى أكثرهم الوظيفة اللغوية، إمّا بالتطوير والتحديث أو إيجاد ألفاظ واصطلاحات جديدة وأساليب جديدة، وإما بالنشر والتعليم بترسيخ ألفاظ واصطلاحات وعبارات، أو بإقصائها وإخفائها وإيجاد بدائل لها. وهو ما يعني أن وسائل الإعلام قادرة

---

35 أحمد محمد معتوق: الإعلانات التجارية وأثرها في لغتنا، مقالة في مجلة الفيصل السعودية، ع209، السنة - 1994، ص112، وانظر أيضاً سعد محمد الكردي: الإعلام وتنمية الملكة اللغوية، ص631.

36- شون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد، مرجع سابق، ص75

37 - محمود فاخوري: سلطان العربية في مضمار الإعلام، م م ل ع بدمشق، م 74 ج3، ص ص658-659.، وانظر أيضا مصًطفى أحمد تركي: وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الفرد، مجلّة عالم الفكر، م14، ع4، سنة 1984، ص99.

38 - نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص38.

39 - جواد العناني: الظروف المهنية للصحافة والإعلام في الأردنّ، بحث منشور ضمن وقائع ندوة: الصحافة والإعلام في الأردن، الواقع والتطلعات، 1997، ص ص233-234.

على تنمية الملكة اللغوية عند المتلقي، مما سوف يؤدي إلى الارتقاء بالإعلام نفسه، حتى ظهر مصطلح جديد يسمى (التنمية اللغوية) ويُقصد به إحداث تغيير لغوي نحو هدف منشود. وهو مصطلح يختلف عن التغير اللغوي في الظروف العادية دون تخطيط لإحداث التغير. وهناك عدة دول حققت نجاحًا كبيرًا في التنمية اللغوية في داخل حدودها، كما تكونت خبراتٌ كثيرة أيضاً لتنمية المعرفة باللغات في خارج حدودها. ولعل أهم المؤسسات التنفيذية لها تمثلت في الإعلام.

من هنا تنبع أهمية الثقافة اللغوية للعاملين الجدد في المجالات الإعلامية المتعددة والمتكاملة وأهميةُ التخطيط لمنظومة متكاملة تربط وسائل الإعلام ووكالات الأنباء ببنك للمصطلحات. وأكثر الأخطاء اللغوية في الأداء الإعلامي لا يكفي في معالجتها طريقة قل ولا تقل، تنمية المهارات اللغوية عمل متكامل يتطلب تدريبًا واهتمامًا ومتابعة.

تنمي اللغة التفكير الإبداعي

للغة دور في تنمية التفكير الإبداعي حيث تعتبر اللغة المجال المغناطيسي للإبداع، وثمة علاقة إيجابية بين الطلاقة اللغوية اللفظية وسعة الخيال؛ وليس بخاف على أحد منا أن اللغة الأم هي أساس الإبداع العلمي والفكري وهي حقيقة فطرية أثبتت الأبحاث العلمية أهميتها في هذا المجال كما أثبتت دورها في مجال التفكير.

لغة الإعلام تلبي حاجة الجمهور

منذ أن فكر الإنسان في تطوير الرسالة الإعلامية البسيطة إلى (خطاب) احتل الإعلام بوجه عام مكانة بارزة في المنظور الإنساني. ومن هذا المنطلق تم تطوير مسارات التحرير الخبري ومستويات الصياغة على أساس لغوي في المقام الأول، ويمكن استشفاف هذا المقصد عند مقاربة تراث الدراسات الاتصالية، المؤكدة على دور اللغة في النص الإعلامي(40).

---

40 ـ محمد العباس: الإنسان واللغة من التواصل إلى الأعلَمة، مرجع سابق.

كما وظّف الإعلام اللغة توظيفاً واعياً استجابت لضرورات الإعلام، وتحولت اللغة بالتالي إلى أداة تسويق، أو وسيلة ترويج فكرية، معجونة في ثنايا اللغة الإعلامية، فيما أبقت على كونها الوعاء الجمالي الواسع، الذي يمكن التمدد فيه طبقاً للمتطلبات الإعلامية المتصلة بالحاجات الإنسانية[41] وتصعّدت الحاجة إلى الاتصال وفق دافعية صريحة لتطوير مطالب الإنسان اللغوية. أي بمعنى ابتكار لغة إعلامية قادرة على التعاطي مع القفزات الثورية للإنسان، المادية واللامادية، واستيعاب مستوجبات اللحظة. وعليه، وصل الإعلام بمعناه الحديث، إلى مستوى الحاجة الإنسانية وهي على درجة من التشابك مع كافة مظاهر الحياة. بالنظر إلى ارتباطه باللغة [42].

قدرة الإعلام على اختراق مجالات الحياة

تعد اللغة مكوّن بنيوي من مكونات الإنسان، كما أنها أداة اتصالية تخفي قوة غير محدودة للتغيير، وديمومة أصيلة لإعادة تشكيل الحياة، بالنظر إلى قدرتها كمؤسسة إنسانية على الدخول بفاعلية في أي علاقة ثنائية، عضوية بالضرورة، إلى الحد الذي يصعب بموجبه قياس ما أسهمت به اللغة في تكوين الإنسان والعكس بالعكس، إذ لم يكن له أي وجود قبلها، وبالتالي لا يمكن تخيّله في حالة انفصال عنها، لأنها هي التي تعرّفه أكثر مما يعرّفها، وهذا التماس الشامل يفضي في النهاية إلى أن اللغة هي المضخة التي تكفل للإنسان اكتساب السمات البشرية وتطويرها[43]. ولا نأتي بجديد إذا قلنا: إن الإعلام اليوم هو ثمرة للعلوم جميعًا، ليس العلوم الإنسانية والاجتماعية فحسب، بل والعلوم التقنية والتجريبية.. وهو محصلة لشعب المعرفة جميعاً، من علم اللغة، والاجتماع، والتاريخ، والنفس، والإنسان، والتربية، والتعليم...الخ. وتمثل اللغة سواء كانت منطوقة أو مكتوبة أو مسموعة، الوعاء الإعلامي الأهم، على الرغم من أهمية الوسائل الأخرى.. وقد بلغت لغات الإعلام عند الأمم اليوم شأناً مؤثراً باختيار الأصوات الملائمة، والنبرات المؤثرة، والصور الأخاذة، والمصطلحات المأنوسة، والوجه المناسب، والشخصية الملائمة، فلكل وعاء إعلامي مواصفات في التحرير والإخراج والأداء، والصورة والصوت، والديكور، والتقديم، واللباس، وحركات الوجه والحواس، التي تمثل وسائل اتصال غير مسموعة[44].إن شمولية القضية الإعلامية للمجالات الحياتية، إلى جانب نقل الأخبار، وترجمتها للحياة اليومية، وتسجيلها للتاريخ المعاصر، سوف يكون له نتائج وتداعيات على المستويات كافة.

---

41 - المرجع السابق.
42 - المرجع السابق.
43 - مرجع سابق.
44 نور الدين بلبيل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، -http://www.arabna.info/vb/search.php

الإعلام يبعث الروح في المخزون اللغوي [45]

يعمد الإعلاميون عن قصد، أو غير قصد، إلى جعل عبارات أكثر تداولاً من دون غيرها.. في حياة الناس، يقع الأمر نفسه، حيث يظل كم هائل من الألفاظ نائماً في ثنايا القواميس والمؤلفات الجادة، ينتظر من يوقظه من سباته. وأعاد الإعلام إلى الحياة كلمات عربية أصيلة لتحمل دلالات جديدة. فعلى سبيل المثال بدأت كلمةُ "صحيفة" وكلمة "جريدة" تأخذان مكانَ الكلمة المعرّبة (جرنال أو غازته) التي دخلت قبل ذلك بنحو نصف قرن، وبدأت كلمةُ "علم" تعود إلى مجدها القديم لتستوعبَ كُل أنواع المعرفة الدقيقة، ولم تعد مقصورة على علوم الدين كما كان استخدامها لعدة قرون.

وأدخل الإعلام كلمات كثيرة إلى اللغة العربية من ذلك كلمة ميكروبات، أكسجين، بكتريا، نترات الصودا، راديوم. وهذه الكلمات استقرت في الاستخدام العربي في القرن العشرين. وقدّمت الصحافة العربية على وجه التحديد ملامح في بنية الكلمات أصبحت طابعًا مميزًا للفصحى المعاصرة. وأكثر هذه الملامح لها أصولٌ قديمة محدودة، ولكن الصحافة وسَّعت ذلك وزادت من تطبيقاته. إن كلمات معاصرة مثل دَبْلَجَة ونَمْذَجَة وبَرْمَجَة وأَقْلَمة مشتقةٌ من كلمات معربة ودخيلة، وكان للصحافة دورٌ في نشرها واستقرارها.

وتعد الصحافة العربية من أهم عناصر استقرار الأنماط الصرفية في العربية المعاصرة، من ذلك جمع المصدر بوصفه نوعًا من الأسماء، من ذلك بوزن انفعال (انقسام/انقسامات، انشقاق/انشقاقات) وبوزن تفعُّل (تجمُّع/تجمُّعات، تخصُّص/تخصُّصات، توقُّع/توقُّعات) وبوزن تفاعُل (تجاوُز/تجاوُزات، تنازُل/تنازُلات، تناقُض/تناقُضات) وبوزن استفعال (استعلام/استعلامات، استفزاز/استفزازت). وثمة خصائصُ تركيبية أصبحت لها أهميتها من خلال استخدامها الصحفي في الفصحى المعاصرة، منها ابتداع أدوات شرط جديدة، تحوّلت إلى تلك الوظيفة واستقرت في لغة الصحافة العربية المعاصرة، منها: طالما، حينما، وعندما. كما استقرت في لغة الأخبار أنماط تركيبية منطوقة منها تتابع أسماء الأعلام في اسم الشخص الواحد بدون نهاية إعرابية، ومنها ثباتُ صيغة واحدة لاسم العلم دون تصرّف إعرابي، ومنها قراءة الأعداد بصيغة ثابتة تقترب في أغلب الحالات من العامية المحلية.

وثمة أنماط في بناء الجملة كان للصحافة دور في استقرارها، من ذلك تصدر المفعول لأجله في الجملة إذا كان بكلمات مثل: تلبية، ردّاً، نتيجةً، طبقًا، انطلاقًا... إلخ. ومن ذلك استخدام كلمة نفس مضافة إلى ما يراد تأكيده. وكذلك استخدام الكاف التمثيلية بمعنى as, als, comme دون إرادة التشبيه. وهذا الاستخدام موضع نقد بعض المدققين على الرغم من إجازته.

---

[45]- خالد الشريف: **الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة**، al-sharif3333.maktoobblog.com

وهناك ظواهر نحوية كثيرة في لغة الصحافة العربية المعاصرة لها أصولها القديمة المحدودة، ولكنها أصبحت نمطًا شائعًا في العصر الحديث، من ذلك الفصل بين الفعل والفاعل، والفصل بين المبتدأ وخبره إلخ، والفصل بين المضاف والمضاف إليه بالمعطوف.

ويمكن القول إنّ وسائل الإعلام طوّعت اللغة، وجعلتها مرنة تفي بمتطلّبات الحياة العصريّة، وتستوعب التطوّرات العظيمة التي صاحبتها النّهضة في ميادين الحياة المختلفة، فقد أشاعت ألفاظاً، واستحدثت ألفاظاً جديدة، ومصطلحات جديدة، ووسعت آفاق اللغة، وطورت أساليبها في العلوم والفنون والاجتماع والسياسة[46] .

ومن جانب آخر، يرى بعض الباحثين تأثيرات سلبيّة الإعلام في اللغة العربية، فقلل من مستوى الدّقّة على مستويات كثيرة، بعضها يظهر في استخدام عبارات أو ألفاظ ذوات معانٍ مختلفة استخداماً ترادُفيّا استبدالياً، فلا فرق مثلاً بين الأفعال (طالب؛ طلب؛ ناشد؛ دعا؛ التمس)، ولا فرق بين أمثلة (أكّد؛ شدّد؛ ركّز؛)، ولا بين (شجب؛ ندّد؛ استنكر؛ أنكر على[47] (ويرى بعض الباحثين أنّ حرّيّة التصرّف في اللغة التي منحها الصحفيّ لنفسه تركت جملة من الآثار السيّئة في اللغة[48].

يهيمن الإعلام على اللغة

لا تسير العلاقة بين اللغة والإعلام دائماً في خطوط متوازية, فالطرفان لا يتبادلان التأثير، نظراً إلى انعدام التكافؤ بينهما فقلما تفرض اللغة نفسها على الإعلام، وإنما الإعلام هو الذي يهيمن على اللغة، ويقتحم حرمها، وينال من مكوّناتها ومقوماتها، ويجعلها طيّعة لينة، تسير في ركابه، وتخضع لإرادته، وتخدم أهدافه، ولا تملك إزاءه سلطة ولا نفوذاً [49]. ومن الضرورة بمكان أن ينتبه رجال الإعلام إلى أنّهم يخلقون الذوق اللغويّ، ويفرضون الصواب الذي قد يبدو في أوّل أمره ثقيلاً، لكنّه مع الوقت يصبح مقبولاً وشائعاً[50].

46 -. محمد عبد المطلب البكاء: لغة الإعلام، مرجع سابق، ص95
47 -. نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ص87-88
48- محمد عبد المطلب البكاء: لغة الإعلام، مرجع سابق، ص ص118-120.
49 - شكري الفلاحي: العولمة الإعلامية وتأثيرها على لغة الإعلام، مرجع سابق.
50 -. شون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد، مرجع سابق، ص ص74-75

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة أن أهمية اللغة تكمن في كونها أهم مميزات الجنس البشري وتعد وسيلة التفاهم ووعاء الحضارة، بالإضافة إلى أنها ترسخ في عقول أبنائها منذ الصغر أفكاراً وعادات وتقاليد، ولعل أهمية اللغة في الإعلام تبرز في كونها وسيلة اتصال، وأساس وحدة الأمة، وتحفظ اللغة حضارة الأمة، وتعكس ما تفكر به الأمة، وتتأثر اللغة وتؤثر في السلوك الفردي والاجتماعي، وتعبر عن ازدهار الفرد والمجتمع أوانحطاطهما واللغة مصدر من مصادر السيطرة .

ويتجلى دور الإعلام في اللغة في قدرة الإعلام على ترميز الواقع، وكون الإعلام مؤسسة تكوين ثقافي، والإعلام مؤسسة تعليم مستمر، كما أن الإعلام ينمي الملكة اللغوية، وتنمي اللغة التفكير الإبداعي لدى الفرد، ولغة الإعلام تلبي حاجة الجمهور العام، وقدرة الإعلام على اختراق مجالات الحياة، كما أن الإعلام يبعث الروح في المخزون اللغوي للأمة، ويهيمن الإعلام على اللغة.

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- كان من الطبيعي أن تحظى اللغة باهتمام الشعوب على امتداد التاريخ الإنساني، وقد تمثل هذا الاهتمام في:

A – يريد الإنسان أن يبقي لنفسه ذكراً بين أجياله المتلاحقة، ووسيلته الأولى إلى ذلك تسجيل ما يريد لغوياً

B – مشاركة اللغة في التسجيل من خلال الصور والرسوم والفخار والمعادن وغيرها

C – ازدياد المنافسة بين اللغات في العالم

D – a و b

E– a و b و c

الإجابة الصحيحة D

2- تبرز أهمية اللغة في الإعلام في كونها:

A – وسيلة اتصال

B – أساس وحدة الأمة

C – تحفظ اللغة حضارة الأمة

D – a و b

E– a و b و c

الإجابة الصحيحة E

3- تأخذ اللغة الإعلامية الكثير من سماتها من طبيعة لسان قومها ذاته، وهكذا فإن الطريقة التي نتحدث بها عن الأشياء تختلف من ثقافة إلى أخرى:

A – صح

B – خطأ

الإجابة الصحيحة A

4- يعني تطوير اللغة من الخارج:

A – من خلال الاشتقاق والنحت والتجوز والتوليد والتعريب

B – الضاغطة التي تفرض التصرّف في اللغة قلباً وتحويراً، وحذفاً وإضافة، وإفساداً وتشويهاً

الإجابة الصحيحة B

5- تعامل القائمون على صناعة الإعلام مع الرؤية كقاعدة لبناء المفاهيم. وبموجبها أسسوا دعامات اللغة الدعائية، لأن اللغة مصدراً:

A – من مصادر إلهام الأمم

B – من مصادر السيطرة

الإجابة الصحيحة B

6- يتجلى دور الإعلام في اللغة في:

A – الإعلام يرمز الواقع

B – الإعلام مؤسسة تكوين ثقافي

C – الإعلام ينمي الملكة اللغوية

D – a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة E

7- يستطيع الإعلام أن يرمز الواقع من خلال:

A – عندما تُستخدم من منظور وظيفي

B – يتم من خلالها تكييف الأنماط الاتصالية

C – من خلال تسمية الأشياء بأسمائها

D – a وb

E – a وb و c

الإجابة الصحيحة D

8- إذا كان الإعلام بالمستوى المطلوب لُغةً وأداء، يصبح مدرسة مفتوحة للجميع؛ وفي المجال اللغوي ومع استمرار السماع ينضج الأسلوب والطريقة في الذهن، فتتولّد المقدرة على المحاكاة، ويبدأ الإنسان في استخدام اللغة السليمة في حاجاته وأغراضه وأفكاره:

A – صح

B – خطأ

الإجابة الصحيحة A

س9- يقصد بـ(التنمية اللغوية) إحداث استقرار لغوي عند مستوى معين. وهو مصطلح يختلف عن التغير اللغوي في الظروف العادية لإحداث التغير:

A – صح

B – خطأ

الإجابة الصحيحة A

10- رجال الإعلام يخلقون الذوق اللغويّ، ويفرضون الصواب الذي قد يبدو في أوّل أمره ثقيلاً، لكنّه مع الوقت يصبح مقبولاً وشائعاً:

A – صح

B – خطأ

الإجابة الصحيحة A

المراجع

1. السيد خضر، اللغة العربية، مشكلاتها وسبل النهوض بها، ط1، بدون دار نشر، بدون مكان نشر، 2003م.
2. أيمن محمد عبد القادر الشيخ، ورقة بعنوان: اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية / المؤتمر الدولي في تطوير تعليم اللغة العربية اللغة العربية والعولمة وجهاً لوجه23- 25 نوفمبر 2008م.
http://www.quran-unv.edu.sd/StaffContributes/4/1.doc
3. عبد الستار جواد، اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، إربد: دار الهلال للترجمة، 1998م.
4. سعد محمد الكردي، الإعلام وتنمية الملكة اللغوية، دمشق: م م ل ع، م74، ج3.
5. لسان العرب، ابن منظور، المجلد السادس.
6. سالم المعوش، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان دراسة تحليلية ونقد، مجمع اللغة العربية الأردني، الثلاثاء 32 ربيع الآخرة 1424هـ- 24 حزيران 2003م.
http://www.majma.org.jo/majma/index.php/2009-02-10-09-35-28/254-21-6.html.
7. معن زيادة، الموسوعة الفلسفية العربية، م1، مادة اتصال، معهد الإنماء العربي، بيروت، 1986.
8. فاروق إبراهيم علي، الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الاتصالات، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، عدد 1989.
9. مسارع الراوي، اللغة العربية والوعي القومي، وسائل الاتصال الجماهيري، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986م.
10. رشاد سالم، اللغة العربية والإعلام، مؤتمر اللغة العربية أمام تحديات العولمة، الذي عقد في بيروت في المعهد الجامعي للدراسات الإسلامية بتاريخ 7-8-4-2002.
11. مجموعة باحثين، مكانة اللغة العربية بين اللغات العالمية، من بحث بعنوان "اللغة العربية وتحديات القرن الواحد والعشرين"، إبراهيم بدران، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2001.

12. عزيزة علي: الإعلام إشارةٌ من التاريخ!!، مجلة الكويت العدد 305، 2009.
http://archive.kuwaitmag.com/index.jsp?version=3
13. جون ماكبرايد، أصوات متعددة وعالم واحد، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981.
14. محمد سيد محمد، الإعلام واللغة، سلسلة البحوث الإعلامية، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1984م.
15. نور الدين بليبل، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، ضمن سلسلة كتاب الأمّة، قطر، ط1، 2001م.
16. منقور عبد الجليل، علم الدلالة، دمشق: اتحاد الكتاب العرب، 2001م.
17. صقر خوري، الفكر واللغة، مجلة المعرفة السورية، العدد 496، 2005م.
18. محمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام بين الفصحى والعامية، جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الأول 2005.
19. نبيل عودة: لغتنا العربية وهويتنا القومية، النهار الإخبارية العدد الصادر في 2010/2/20م.
http://www.alnaharnews.net/ar//news.php?maa=View&id=13138
20. عماد حسين أحمد، http://www.tollabwashabab.com.
21. محمد نادر السيد، لغة الخطاب الإعلامي، القاهرة: دار الفكر العربي،1994م.
22. محمد العباس، الإنسان واللغة من التواصل إلى الأعلَمة، جريدة الرياض، العدد 15627، الخميس 3 جمادى الأولى 1432 هـ - 7 ابريل 2011م.
http://www.alriyadh.com/.
23. أحمد محمد معتوق، الإعلانات التجارية وأثرها في لغتنا، مقالة في مجلة الفيصل السعودية، ع209، السنة 1994.
24. محمود فاخوري، سلطان العربية في مضمار الإعلام، دمشق: م م ل ع، م74، ج3.
25. مصطفى أحمد تركي، وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الفرد، مجلّة عالم الفكر، م14، ع4، سنة 1984م.
26. جواد العناني، الظروف المهنية للصحافة والإعلام في الأردنّ، بحث منشور ضمن وقائع ندوة: الصحافة والإعلام في الأردن، الواقع والتطلعات، 1997م.
27. خالد الشريف: الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة.
al-sharif3333.maktoobblog.com.

الوحدة التعليمية الثالثة

وظائف اللغة في الإعلام

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

التعريف بوظائف اللغة في الإعلام من خلال:

- التعريف بالوظيفة الاتصالية للغة.
- الوظيفة الإخبارية للغة.
- الوظيفة التفاعلية للغة.
- الوظيفة الاجتماعية للغة.
- الوظيفة النفسية للغة.
- الوظيفة الفكرية للغة.
- الوظيفة الثقافية للغة.
- الوظيفة التربوية والتعليمية للغة.
- الوظيفة التنظيمية للغة.
- الوظيفة التوثيقية للغة.
- الوظيفة الاستكشافية للغة.
- الوظيفة الرمزية للغة.
- الوظيفة التعبيرية للغة.
- الوظيفة الخطابية للغة.
- الوظيفة التخيلية للغة.
- الوظيفة الشخصية للغة.
- الوظيفة النفعية للغة.
- وظيفة ما وراء اللغة.

وظائف اللغة في الإعلام

اللغة مخلوق اجتماعي تؤثر وتتأثر بهذا المحيط، فتأخذ منه وتعطيه، وهي شرط من شروط وعي الإنسا لذاته، وهي التي تهبه التباعد والاستقلالية عن الأشياء، وإمكانية التواصل الاجتماعي[(1)]. بل وتجعل وجود الإنسان ممكناً داخل جماعات، على اعتبار أنها ممارسة اجتماعية وليست مجرد كلمات، ومن هذا المنطلق نشأت (علوم الإعلام والاتصال) التي تدرس في جانب مهم منها تقنيات وأشكال التواصل الإنساني، وأثرها في مسار المجتمع.

وللغة وظائف متعددة حاول العديد من العلماء والباحثين تحديدها وتصنيفها, إذ يرى علماء الفكر والفلسفة أنها وسيلة للتواصل، ومساعد آلي للتفكير وأداة للتسجيل والرجوع إليها عند الحاجة، أما (بوهلر) [(2)] وهو عالم لغوي بارز, فيري أن للغة ثلاث وظائف أساسية وهي وظائف اعتمدها العالم الروسي (ياكوبسون) وأكد عليها، وحدد "جيفوتز" [(3)] وظائف اللغة بثلاث وظائف، وحاول "هاليداي halliday" تقديم حصر بأهم وظائف اللغة... وبرغم ما تقدم هناك من الباحثين من يقصر وظيفة اللغة الأساسية على التواصل Communication أو التخاطب، بينما يرى آخرون أن اللغة هي وسيلة واحدة من وسائل التخاطب.

ومن خلال مقاربة وظائف اللغة بوظائف الإعلام نجد أن الدور الوظيفي للإعلام يجمع جميع وظائف اللغة، فالإعلام ضرب من ضروب الاتصال وحلقة من حلقاته، وبالتالي تعد وظيفة اللغة الاتصالية وظيفة من وظائف اللغة في الإعلام، بل لا يمكن أن يتم الإعلام بدون لغة في كثير من الوسائل الإعلامية. كما أن الإعلام ذو طبيعة اجتماعية، ووظيفة اللغة الاجتماعية إذاً هي إحدى وظائف الإعلام الذي يعرف بالإعلام الاجتماعي... **وعلى هذا الأساس تبرز وظائف اللغة في الإعلام في النقاط الآتية:**

الوظيفة الاتصالية للّغة

أظهر الباحثون أن اللغة وسيلة اتصالية تعبر عن مفهوم الرسالة وإيصالها إلى المتلقي وفق أهداف وتوجهات القائم بالاتصال فهي وسيلة (للحوار، وتبادل الثقافات، ونقل المعرفة، وحفظ التاريخ، وقناة للفعاليات الاجتماعية.....) الخ.

[1] - محمد العباس : الإنسان واللغة من التواصل إلى الأعلَمة، جريدة الرياض، العدد 15627، الخميس 3 جمادى الأولى 1432 هـ - 7 ابريل 2011م http://www.alriyadh.com/ -

[2] - عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية: مرجع سابق، ص 19 – 20.

[3] طه علي حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم عباس الوائلي: اللغة العربية، مناهجها وطرائق تدريسها، مرجع سابق، ص 61..

وعملية الاتصال لا تقوم على المرسل والمستقبل فقط، ولا تنجح إلا بالرسالة، فهي تمثل الوسيلة أو بالأصح هي اللغة، إذن اللغة هي وسيلة الاتصال القائمة عليها عملية الاتصال الجماهيري، ولكل كلمة رمز، وهي ليست مصطلحات رمزية مجردة، لكنها ضمن التركيب اللغوي تكون قائمة على نقل معنى، فالكلمة ضمن السياق الكلامي يختلف مدلولها الرمزي في كل مرة، فيكون لها بعدان: بعد مادي، وبعد معنوي، ويهتم رجل الإعلام الجماهيري بالبعد المعنوي للكلمة؛ لأن همه الوحيد هو فهم الجمهور العام " فعندما نتصل بغيرنا نحاول أن نقيم مشاركة مع من نتصل به. من هنا تظهر وظيفة اللغة باعتبارها أهم وسيلة اتصال فهي الأساس القائم عليها جميع وسائل الاتصال الأخرى[4].

وتحتل اللغة موضعاً رئيسياً في عملية الاتصال الإعلامي التي تسري في كيان المجتمع على مستويات مختلفة من حيث استخدام اللغة والرموز، على اعتبار أن الرسالة الإعلامية هي من أهم عناصر عملية الاتصال الإعلامي بأبعادها النفسية والاجتماعية والثقافية، ولهذا كانت العبارة التقليدية تحدد عملية الاتصال في (من يقول، ماذا يقول، لمن يقول، بأي وسيلة وبأي تأثير) ولعل أهم عناصر الاتصال يتمثل في "اللغة" أو "الرسالة الإعلامية" التي يتصل من خلالها فرد بآخر أو جهة بأخرى[5].

ويرى بعض الباحثين أن الاتصال هو أساس كل تفاعل إعلامي ثقافي حيث يتيح نقل المعارف والمعلومات، وييسر التفاهم بين الأفراد والجماعات، ومن هنا كان الاتصال في مفهومهم نشاطاً يستهدف تحقيق انتشار أو ذيوع معلومات أو أفكار أو أراء بين أفراد أو جماعات، باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بالقدر نفسه لدى كل من الطرفين، ولا يتحقق الانتشار المطلوب إلا إذا تم الاتصال عن طريق بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة ومفهومة من قبل جميع المشتركين في العملية الاتصالية[6]. فعملية الاتصال لا تتحقق بطريقة مبسطة، لأنها تتطلب العديد من الخطوات العقلية مثل التفكير والتذكر والتخيل واختيار الطريقة التي سيتم بها الاتصال واختيار الألفاظ والوقت والتقمص الوجداني (أي) قدرة الإنسان على تخيل نفسه مكان الآخر[7].

لذلك لابد من توافر التناغم والتوافق بين المرسل والمستقبل، وهذا يعني وجود معان وخبرات مشتركة بين المرسل والمستقبل، وكلما كان المرسل والمستقبل متفاهمان في إطار دلالي واحد كان ذلك أقرب ما

---

[4] - سالم المعوش: اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان دراسة تحليلية ونقدية، مجمع اللغة العربية الأردني، ا لثلاثاء 32 ربيع الآخرة 1424هـ 24 حزيران 2003م.http://www.majma.org.jo/majma/index.php/2009-02-10-09-35-28/254-21-6.html

[5] - عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص79.

[6] - محمد نادر السيد: لغة الخطاب الإعلامي، القاهرة: دار الفكر العربي، ص 17-19.

[7] - عماد حسين أحمد، http://www.tollabwashabab.com

يكون إلى الفهم[8]. ويمكن القول إنه عند إرسال الرسالة الإعلامية، هناك احتمال كبير في أن يفهم المستقبل (أ) رسالة المرسل فهماً تاماً، ولكن المستقبل (ب) لن يتمكن من فهم الرسالة بشكل تام لأنه لا يجمعه بالمرسل إطار دلالي واحد، وربما يعود ذلك لعدم إجادة هذا المستقبل لغة المرسل، وهذا الانقطاع يمثل ما يسمى بالتشويش الدلالي والذي يعني عدم وجود معان وخبرات مشتركة بين المرسل والمستقبل أو هما لا يشتركان فيها أبداً، أما المستقبل (ج) فلا يشترك مع المرسل في الإطار الدلالي (فهو خارج الإطار الدلالي تماماً) لذا لن يفهم الرسالة الموجهة من المرسل وقد يرجع ذلك لعدم معرفته بلغة المرسل[9].

إن آلية الاتصال والاستقبال مرهونة بالمرسل والمستقبل فكلما كانت المرتكزات الأساسية بينهما مشتركة مثل الخبرات، والظروف الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والسياسية والثقافية والجغرافية والتاريخية والوجدانية كانت عملية الاتصال أوضح وأسرع وأبعد عن التشويش[10]. ويحكم علو نسبة التشويش أو انخفاضها في عملية الاستقبال "قالب الرسالة" إذ لابد للمرسل أن يضع رسالته في شكل معين أو صيغة محددة من الرموز والكلمات، فإذا كان المرسل ضعيفاً في كتابته أو غير واثق من نفسه أو ليست لديه المعلومات الكافية عن موضوعه،فإن ذلك يؤثر سلباً على الاتصال، وكذلك،تؤدي الوسيلة التي تنقل الرسالة دوراً مهما في عملية الاتصال، إذ لابد أن تكون من القوة والمتانة والمرونة بحيث تصل الإشارات إلى المستقبل في الوقت والمكان المناسبين مهما حدث من تداخل أو تنافس مع الوسائل الأخرى... وأيضاً للمستقبل دوره، فكلما كان قادراً على فك رموز رسالة المرسل بالطريقة المطلوبة ارتفعت نسبة نجاح العملية الاتصالية[11].

الوظيفة الإخبارية للّغة

وهي وظيفة شاسعة وعميقة الأهمية في اللغة إذ تستغرق زمنياً بعداً تاريخياً وتأثيراً يمتد من التاريخ إلى المستقبل، فمن خلال اللغة يستطيع الفرد أن ينقل معلومات جديدة ومتنوعة إلى أقرانه، بل ينقل المعلومات والخبرات إلى الأجيال المتعاقبة، وإلى أجزاء متفرقة من الكرة الأرضية خصوصاً بعد الثورة التكنولوجية الهائلة. ويمكن أن تمتد هذه الوظيفة لتصبح وظيفة تأثيرية، إقناعية؛ لحث الجمهور

8- محمد نادر السيد: للغة الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص19.
9- المرجع السابق، ص20.
10- المرجع السابق، ص21.
11- عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 35.

على الإقبال على فكرة أو سلعة معينة والعدول عن نمط سلوكي غير محبب أو الإقبال على سلوك مرغوب.

ولب هذه الوظيفة يتمثل في الصيغ الإعلامية في المقررات الدراسية والتقارير الفنية، أو المقالات الصحفية وأوراق البحث العلمي والأطروحات الدراسية وغيرها[12]. وتظهر الوظيفة الإعلامية للّغة حين تستخدم اللغة في الإخبار عن الحقائق أو الأحداث أو عن نوع من المعرفة أو في شرح معين أو تقديم تقرير عن موضوع معين, والمعلومات العلمية المختلفة, والمعلومات العامة التي يتناقلها الأفراد في أحاديثهم اليومية أو تنشرها الصحف والإذاعات أو تتناقلها النشرات أو المجلات العلمية العامة وما إلى ذلك.

الوظيفة التفاعلية للغة

تخلق اللغة وترتقي بالتفاعل بين الكائنات الحية بعامة والبشر بخاصة... وهي وظيفة "أنا وأنت" حيث تستخدم اللغة للتفاعل مع الآخرين في العالم الاجتماعي باعتبار أنَّ الإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع الفكاك من أسر جماعته، فنستخدم اللغة في المناسبات، والاحترام، والتأدب مع الآخرين.

وهي وظيفة للّغة في بناء المعنى، ولذلك يؤكد كثير من المتخصصين في الاتصال الإنساني أن من أهم وظائف اللغة الاتصالية هي بناء المعنى بين القائم بالاتصال والجمهور[13]. والمعنى – بهذا المفهوم – هو عملية تفاعلية بين المصدر والمستقبل، بين المتحدث والمستمع، وبين الكاتب والقارئ. هذه العملية التفاعلية بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة الاتصالية تتخذ من اللغة أساساً لها في التفاهم والتفاعل وتكوين المعاني المشتركة بينهما من جهة، أو المعاني التي يريد القائم بالاتصال إيصالها إلى المستقبل من وجهة نظره[14].

والمعنى يكمن في الرسالة التي يحاول القائم بالاتصال إيصاله إلى الجمهور، ذلك لأن الأشخاص يكونون معاني معينة عن البيئة المحيطة بهم (شخصيات، قضايا، أحداث ووقائع) من خلال اللغة التي ينقلها إليهم الآخرون عبر وسائل الاتصال المختلفة.

12- محمد سيد محمد: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 19 – 20.
13- محمد بن سعود البشر: الأيديولوجيا.. في اللغة الإعلامية، الجزيرة (السعودية) العدد 12876، الصادر في يوم الأحد 21 ذو الحجة 1428هـ.
14- المرجع السابق.

إلى جانب ذلك فهي سلاح مهم من أسلحة مواجهة الكثير من المواقف الحياتية التي تتطلب استخدام اللغة في استماع وتحدث وقراءة وكتابة[15] .

الوظيفة الاجتماعية للغة

يتوجه الاتصال نحو التأثير في الميل والاتجاه العام للجمهور، إنها العملية المتطلعة إلى صناعة الرأي العام من خلال توظيف اللغة، في رسم ملامح الوعي والتوجيه والتعبئة باتجاه قيمي محدد، حيث يتم من خلاله تحقيق الهدف، الذي يتوزع على أكثر من مجال. وإذا كانت التوجهات قد توقفت عند نماذج الإعلامي الاقتصادي أو السياسي أو الثقافي، فإن اللغة الإعلامية تسير في ركاب البحث في الرموز الدالة ضمن البيئة الثقافية الواحدة، وهذا تحديداً ما يهم طريقة التداول الإعلامي، والذي يسعى نحو التفاعل مع عقل المتلقي، وهذا التفاعل الذي لا يمكن له أن ينتج أثراً، من دون الغوص العميق في تحليل العلاقات الاجتماعية والمعايير والنظام القيمي السائد فيها، بغية الوقوف على المعطيات الدالة التي يمكن من خلالها التعامل مع اللغة التي يمكن تبنيها ضمن إطار اجتماعي محدد. اللغة هنا تمثل الإطار الدلالي المشترك بين المرسل والمتلقي، سعيا نحو تحقيق عملية الاتصال[16].

وتعد اللغة شرطاً ضرورياً لتماسك المجتمع، فان الفرد الواحد من أفراد المجتمع (سواء كان مرسلاً أو مستقبلاً) يضطر إلى الالتزام بوجهة نظر سائر الأفراد الآخرين والنظر إلى الأمور والبحث عنها بما لا يقتصر على فرديته الذاتية وحدها، بل تكون العملية مشتركة مع الآخرين بوصفهم شركاء في هذه العملية، أو أطرافاً متعاقدين، فهي مشروع مشترك، فوسيلة التفاهم بين المرسل والمستقبل تقيم شيئاً مشتركاً، ومن ثم بمقدار ما يكون للغة حظ من هذا الاشتراك فان العملية تصبح عامة وموضوعية (...) إذاً فالتفاهم اللغوي السليم الذي يتم عبر الرسالة هو الذي يحقق النجاح للعملية الاتصالية[17][18] ويفهم الناس معنى حديث بعضهم بعضا.

إن تطور اللغة هو الذي جعل الاتصال الإنساني قوياً على نحو خاص، وجعل الجنس البشري يتفوق على عالم الحيوان، وهو تطور من حيث الاتساع والعمق المحتملين اللذين أضفاهما على مضمون الاتصال، وكذلك بالنسبة إلى ما كفله من دقة وتفصيل في التعبير. والحقيقة أنه لا توجد حقاً حدود لتنوع

---

[15]- طه على حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم الوائلي، اللغة العربية، مرجع سابق، ص58-59.
[16]- إسماعيل نوري الربيعي: في الأداء اللغوي، جريدة الصباح، 2011/4/16. http://www.alsabaah.com/default.aspx
[17]- محمد نادر السيد: لغة الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص 17-18.
[18]- عماد حسين أحمد، http://www.tollabwashabab.com

وبراعة أساليب الاتصال التي استخدمها البشر، فقد تطورت أشكال الاتصال، ومحتويات وسائله المستخدمة، كما تنوعت باستمرار، وظهرت لغات مختلفة، نتيجة لعدم وجود صلات بين شعوب المناطق المتباعدة، ولكنها ظهرت بصفة خاصة لأن المجتمعات ذات التقاليد الثقافية والاقتصادية والأخلاقية المتمايزة، احتاجت إلى مجموعة خاصة من المفردات اللغوية، وإلى أنماط لغوية معينة[19]. وقد بيَّن "ويلهيلم دلثي" Wilhelm Dilthey في مفهومه للكيفية التي ينظر بها الناس إلى العالم من حولهم من خلال الثقافة المكتسبة، واللغة والمعتقدات، وأكد على أن معظم الرؤى والمفاهيم التي يتبناها الأشخاص خلال الوقت قد خضعت لكثير من الدراسات التي حاولت أن تعرف الكيفية التي ينظر بها هؤلاء الأشخاص إلى البيئة المحيطة بهم وأفعالهم المتأثرة بها[20].

الوظيفة النفسية للغة

يتمكن الإنسان من خلال اللغة من النطق والتعبير الجيد بطلاقة مما يشعره بالطمأنينة والإحساس بالرفعة، ويدفعه ذلك إلى مزيد من الرقي والثقة بالنفس وعدم الخجل أو الاضطراب أو الخوف[21].

الوظيفة الفكرية للغة

وتعني كشف العلاقة الحميمية بين الفكر واللغة، إذ أن بينهما ارتباطاً عضوياً فالفكر مختزن في عقل الإنسان ولكي يخرج الإنسان أفكاره إلى حيز الوجود فلابد من قالب يصب فيه تلك الأفكار ويضبطها بدقة، فمن الثابت أن عملية التفكير في حد ذاتها لا يمكن أن تكون إلا باستخدام ألفاظ دالة على معانٍ محددة تساعد على إتمامها[22] إنها وسيلة الإنسان في التفكير فعندما نفكر نستخدم الألفاظ والجمل والتراكيب لغوية في كلامنا وكتابتنا[23].

الوظيفة الثقافية للغة

تقاس حضارات الأمم بدرجة ثقافة أفرادها وبمقدار ما لديها من معالم تراثية وثقافية وحضارية، والحضارة لا تخرج من كونها مجموعة من القيم والنظم، وهذه القيم والنظم تكوّن الحضارة التي يتمسك بها

[19]- طه علي حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم عباس الوائلي، اللغة العربية، مرجع سابق، ص ..61
[20]- محمد بن سعود البشر: الأيديولوجيا.. في اللغة الإعلامية، الجزيرة (السعودية) العدد 12876، الصادر في يوم الأحد 21 ذو الحجة 1428هـ.
[21]- طه على حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم الوائلي، اللغة العربية، مرجع سابق، ص58-59
[22]- المرجع السابق، ص58-59.
[23]- المرجع السابق، ص ..61

الإنسان إلى درجة الإيمان بها، ومن ثم فإن كل مجتمع يحرص على تطور قيمه ونظمه[24] ، كما تشير هذه الوظيفة إلى اللغة المخصصة لإقناع الحواس من خلال الخيال والإيقاع والوزن، إضافة إلى المحسنات البلاغية المختلفة وتظهر بالخصوص في الشعر, فقول الشاعر لا يراد به الإخبار عن المعاني بقدر ما يراد به جلب الانتباه إلى كيفية الإخبار عنها.

الوظيفة التربوية والتعليمية للغة

لا تدرس اللغة على أنها هدف مقصود لذاته (في معظم الأحوال) بل هي وسيلة لبلوغ هدف أسمى وأعظم ألا وهو تربية الأجيال وإعدادها إعداداً يتلاءم وظروف الحياة وتطورها[25] لأنها وسيلة المتعلمين جميعهم لتعلم سائر المواد الأخرى[26]. فاللغة أداة التعلُّم والتعليم، ولولاها لما أمكن للعملية التعليمية/التعلُّمية أن تتم، ولانقطعت الصلة بين المعلّم والمتعلم، أي لتوقفت الحضارة الإنسانية، وظلت حياة الإنسان في نطاق الغرائز الفطرية والحاجات العضوية الحيوانية.

الوظيفة التنظيمية للّغة

من خلال اللغة يمكن التحكم بسلوك الآخرين، فاللغة لها وظيفة «الفعل» أو التوجيه العملي المباشر للأفراد والجماعات والتي تعرف باسم وظيفة "افعل كذا، ولا تفعل كذا" فمن خلال اللغة يستطيع الفرد أن يتحكم في سلوك الآخرين، لتنفيذ الأوامر والنواهي، وكذا اللافتات التي نقرؤها، وما تحمل من توجيهات وإرشادات.

الوظيفة التوثيقية للغة

اللغة وسيلة للتسجيل وللرجوع إلى ما سجل، إنها مقوم من مقومات الأمة الواحدة، فهي توثق شخصية الأمة، وتؤكد هويتها، والوسيلة المثلى لحفظ التراث الثقافي، ويشهد على ذلك ما وصلنا من تراث وحضارة وثقافة، وما سيصل إلى الأجيال التي من بعدنا من ملامح الثقافة والأدب[27]. وهي الخزانة التي تحفظ للأمة عقائدها الدينية، وتراثها الثقافي ونشاطاتها العلمية، وفيها صور الآمال والأماني للأجيال الناشئة. وبعبارة أخرى، إن اللغات هي ذاكرة الإنسانية وواسطة نقل الأفكار والمعارف من الآباء إلى الأبناء، ومن السلف إلى الخلف، ولولاها لانقطعت الأجيال بعضها عن بعض. وحينذاك سيضطر كل جيل أن يبدأ من نقطة الصفر، وبذلك تبقى الإنسانية في مهد طفولتها العلمية والمعرفية.

24- المرجع السابق، ص58-59.
25- المرجع السابق، ص58-59.
26-طه علي حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم عباس الوائلي، اللغة العربية، مرجع سابق، ص ..61
27- المرجع السابق، ص..61

تسمى هذه الوظيفة بالوظيفة "الاستفهامية" بمعنى: أنه يسأل عن الجوانب التي لا يعرفها في البيئة المحيطة به حتى يستكمل النقص عن هذه البيئة.

الوظيفة الرمزية

يرى بعض أنَّ ألفاظ اللغة تمثل رموزاً تشير إلى الموجودات في العالم الخارجي، وبالتالي فإن اللغة تؤدي وظيفة رمزية.

الوظيفية التعبيرية أو الانفعالية

تعد اللغة أداة التفكير، كما أنها وسيلة التعبير عما يدور في خاطر الإنسان من أفكارٍ، وما في وجدانه من مشاعر وأحاسيس وخلجات، وبذلك نستدل ونستشفُ أنَّ الإعلام أمسى مَصْنَعَاً هائلاً ومباشراً لتصدير أو تعديل الأشكال الكلامية مثل النطق والتراكيب اللغوية واستحداث أنساق ومصطلحات جديدة، يعبر فيها الكاتب أو المتكلم عن مشاعره، بغض النظر عن الاستجابة، وتظهر هذه الوظيفة في الشعر الغنائي ،والأدب القصصي والمسرحي ،إضافة إلى البيانات الرسمية كالمرسلات والوثائق السياسية أو القانونية والأعمال الفلسفية العلمية الموثقة[28]. وطرح العالم اللغوي "بنيامين" مقولة "اللغة ليست مجرد وسيلة للتعبير عن الأفكار بل إنها هي نفسها التي تشكل تلك الأفكار" حيث يرى إن اللغة لا تؤثر على الفكر والتفكير منهجياً وتصوراً وتطلعاً، بل إن البنيات اللسانية تحدد ما يدركه الفرد وتحدد كيفية تشكيل أفراده. وتركز على المرسل وتهدف إلى التعبير بصفة مباشرة عن موقف المتكلم تجاه ما يتحدث عنه, وهي تنزع إلى تقديم انطباع عن انفعال معين صادق أو خادع.

الوظيفة الخطابية

جوهر هذه الوظيفة هو جمهور القراء والمخاطبين وتتعلق هذه الوظيفة في مخاطبة الجماهير ليفعلوا شيئاً ما، وأهم شيء في هذه الوظيفة، هو رد الفعل الذي يقوم به المتلقون[29].

[28]- محمد سيد محمد: اللغة الإعلامية: مرجع سابق، ص 19 – 20.
[29]- المرجع السابق، ص 19 – 20.

الوظيفة التخيلية

بتأمل التاريخ المعاصر نجد أن اللغة الإعلامية كانت هي الأداة الأكثر تأثيراً في الترويج لكثير من الأفكار والمذاهب السياسية، فقد كان "هتلر" ومن معه يحملون تصوراً إيديولوجياً عن العالم وهم يخططون للتوسع والعدوان والحرب، معتقدين أن السلام لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال التصور المستقر في أذهان النازيين، وقد كان هذا التصور الإيديولوجي سبباً لحرب عالمية كانت أكثر الحروب رعباً ودموية في تاريخ الإنسانية[30].

تتمثل هذه الوظيفة فيما ينسج من أشعار في قوالب لغوية، كما يستخدمها الإنسان للترويح، ولشحذ الهمة والتغلب على صعوبة العمل، وإضفاء روح الجماعة، كما هو الحال في الأغاني والأهازيج الشعبية، وتستخدمه الإذاعة المسموعة لشحن خيال القارئ فيما تقدمه من برامج.

الوظيفة الشخصية

من خلال اللغة يستطيع الفرد أن يعبر عن رؤاه الفريدة، ومشاعره واتجاهاته نحو موضوعات كثيرة، وبالتالي يثبت هويته وكيانه الشخصي ويقدم أفكاره للآخرين.

الوظيفة النفعية

وهذه الوظيفة هي التي يطلق عليها "أنا أريد" فاللغة تسمح لمستخدميها منذ طفولتهم المبكرة أن يُشبعوا حاجاتهم وأن يعبروا عن رغباتهم.

وظيفة ما وراء اللغة

تؤدي اللغة وظيفة أخرى تتجاوز الرموز اللغوية إلى ما تخفي هذه الرموز أو ما عرف في لغة الإعلام (مابين السطور أو ما خلف السطور) وتستخدم وسائل الإعلام هذه اللغة عندما يضيق مجال حرية التعبير، فيلجأ إلى التلميح لا التصريح، وكم من مقولة نشرت أريد بها باطنها لا ظاهرها – صحيح أن هذه الوظيفة نادرة الاستخدام إلا في ظل شروط وظروف معينة لكنها وظيفة تؤديها اللغة في مجالات أخرى أيضاً.

[30]- محمد بن سعود البشر: الأيديولوجيا.. في اللغة الإعلامية، مرجع سابق.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة أن للغة وظائف متعددة حاول العديد من العلماء والباحثين تحديدها وتصنيفها, تبرز في النقاط الآتية: الوظيفة الاتصالية للّغة، لأن آلية الاتصال والاستقبال مرهونة بالمرسل والمستقبل فكلما كانت المرتكزات الأساسية بينهما مشتركة مثل الخبرات، والظروف الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والسياسية والثقافية والجغرافية والتاريخية والوجدانية كانت عملية الاتصال أوضح وأسرع وأبعد عن التشويش. والوظيفة الإخبارية للّغة وهي وظيفة شاسعة فمن خلال اللغة يستطيع الفرد أن يتقل معلومات جديدة ومتنوعة إلى أقرانه، والوظيفة التفاعلية للغة تخلق وترتقي بالتفاعل بين الكائنات الحية بعامة والبشر بخاصة... والوظيفة الاجتماعية للغة للتأثير في الميل والاتجاه العام للجمهور، إنها العملية المتطلعة إلى صناعة الرأي العام من خلال توظيف اللغة، في رسم ملامح الوعي والتوجيه والتعبئة باتجاه قيمي محدد. والوظيفة النفسية للغة من خلال النطق والتعبير الجيد بطلاقة مما يشعره بالطمأنينة والإحساس بالرفعة، ويدفعه ذلك إلى الرقي والثقة بالنفس وعدم الخجل أو الاضطراب أو الخوف. والوظيفة الفكرية للغة وتعني كشف العلاقة الحميمية بين الفكر واللغة، والوظيفة الثقافية للغة والوظيفة التربوية والتعليمية للغة فهي وسيلة لبلوغ هدف أسمى وأعظم ألا وهو تربية الأجيال وإعدادهم إعداداً يتلاءم وظروف الحياة وتطورها، والوظيفة التنظيمية للّغة من خلال اللغة يمكن التحكم بسلوك الآخرين.. والوظيفة التوثيقية للغة فهي وسيلة للتسجيل وللرجوع إلى ما سجل والوظيفة الاستكشافية "الاستفهامية" بمعنى: أنه يسأل عن الجوانب التي لا يعرفها في البيئة المحيطة به، والوظيفة الرمزية، والوظيفية التعبيرية أو الانفعالية لأن اللغة أداة التفكير، كما أنها وسيلة التعبير عما يدور في خاطر الإنسان من أفكارٍ، وما في وجدانه من مشاعر وأحاسيس وخلجات، والوظيفة الخطابية وجوهر هذه الوظيفة هو جمهور القراء والمخاطبين وتتعلق هذه الوظيفة في مخاطبة الجماهير ليفعلوا شيئاً ما، والوظيفة التخيلية والوظيفة الشخصية من خلال اللغة يستطيع الفرد أن يعبر عن رؤاه الفريدة، ومشاعره واتجاهاته نحو موضوعات كثيرة، وبالتالي يثبت هويته وكيانه الشخصي ويقدم أفكاره للآخرين، والوظيفة النفعية التي يطلق عليها "أنا أريد" فاللغة تسمح لمستخدميها منذ طفولتهم المبكرة أن يُشبعوا حاجاتهم وأن يعبروا عن رغباتهم. ووظيفة ما وراء اللغة التي تجاوز الرموز اللغوية إلى ما تخفي هذه الرموز.

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- تبرز وظائف اللغة في الإعلام في:

A – الوظيفة الاتصالية

B – الوظيفة التفاعلية

C – الوظيفة الاجتماعية

D – a وb

E – a وb و c

الإجابة الصحيحة E

2- تعني الوظيفة الإخبارية للغة:

A – فمن خلال اللغة يستطيع الفرد أن يتقل معلومات جديدة ومتنوعة إلى أقرانه، بل ينقل المعلومات والخبرات إلى الأجيال المتعاقبة

B – وظيفة تأثيرية، إقناعية؛ لحث الجمهور على الإقبال على فكرة أو سلعة معينة والعدول عن نمط سلوكي غير محبب أو الإقبال على سلوك مرغوب

C – سعي اللغة لتمييز شيء ما عن غيره من الموضوعات المطروحة في الساحات الإعلامية

D – a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة D

3- تعني الوظيفة التفاعلية للغة:

A – هي وظيفة "أنا وأنت" حيث تستخدم اللغة للتفاعل مع الآخرين في العالم الاجتماعي.

B – هي وظيفة للّغة في بناء المعنى

C – هي سلاح مهم من أسلحة مواجهة الكثير من المواقف الحياتية التي تتطلب استخدام اللغة في استماع وتحدث وقراءة وكتابة

D – a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة E

4- يقصد بالوظيفة النفسية للغة:

A – يتمكن الإنسان من خلال اللغة من النطق والتعبير الجيد بطلاقة مما يشعره بالطمأنينة والإحساس بالرفعة

B – يتمكن الإنسان من خلال اللغة من التعبير مما يدفعه إلى مزيد من الرقي والثقة بالنفس وعدم الخجل أو الاضطراب أو الخوف يعمل على زيادة ثبات الأسعار في السوق

C – مساعد الإنسان على التركيز على مفردات معينة واستخدامها في مناسبات معينة

D – a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة D

5- لا تدرس اللغة على أنها هدف مقصود لذاته (في معظم الأحوال) بل هي وسيلة لبلوغ هدف أسمى وأعظم ألا وهو تربية الأجيال وإعدادهم إعداداً يتلاءم وظروف الحياة وتطورها، تسمى هذه الوظيفة:

A – الوظيفة الثقافية للغة

B – الوظيفة التربوية والتعليمية للغة

C – الوظيفة التنظيمية للغة

الإجابة الصحيحة B

6- من خلال اللغة يمكن التحكم بسلوك الآخرين.. فاللغة لها وظيفة «الفعل» أو التوجيه العملي المباشر للأفراد والجماعات، تسمى هذه الوظيفة:

A – الوظيفة التثقيفية للغة

B – الوظيفة التنظيمية للغة

C – الوظيفة الرمزية للغة

الإجابة الصحيحة B

7- تعد اللغة أداة التفكير، كما أنها وسيلة التعبير عما يدور في خاطر الإنسان من أفكارٍ، وما في وجدانه من مشاعر وأحاسيس وخلجات، تسمى هذه الوظيفة للغة:

A – الوظيفة الرمزية للغة

B – الوظيفة التعبيرية للغة

C – الوظيفة التخيلية للغة

الإجابة الصحيحة B

8– من خلال اللغة يستطيع الفرد أن يعبر عن رؤاه الفريدة، ومشاعره واتجاهاته نحو موضوعات كثيرة، تسمى هذه الوظيفة:

A – الوظيفة الشخصية للغة

B – الوظيفة التخيلية للغة

C – الوظيفة التعبيرية للغة

الإجابة الصحيحة A

9– تؤدي اللغة وظيفة أخرى تتجاوز الرموز اللغوية إلى ما تخفي هذه الرموز أو ما عرف في لغة الإعلام (مابين السطور أو ما خلف السطور) وتستخدم وسائل الإعلام هذه اللغة عندما يضيق مجال حرية التعبير تسمى هذه الوظيفة:

A – الوظيفة النفعية للغة

B – الوظيفة التخيلية للغة

C – وظيفة ما وراء اللغة

الإجابة الصحيحة C

المراجع

1. محمد العباس: الإنسان واللغة من التواصل إلى الأعلَمة، جريدة الرياض، العدد 15627، الخميس 3 جمادى الأولى 1432 هـ - 7 ابريل 2011م.
http://www.alriyadh.com/
2. عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، بيروت: دار الجيل، 1991م.
3. طه علي حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم عباس الوائلي، اللغة العربية، مناهجها وطرائق تدريسها، ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2005م.
4. سالم المعوش: اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان دراسة تحليلية ونقدية، مجمع اللغة العربية الأردني، الثلاثاء 32 ربيع الآخرة 1424هـ- 24 حزيران 2003م.
http://www.majma.org.jo/majma/index.php/2009-02-10-09-35-28/254-21-6.html.
5. محمد نادر السيد، لغة الخطاب الإعلامي، القاهرة: دار الفكر العربي، 1994م.
6. عماد حسين أحمد، http://www.tollabwashabab.com
7. محمد سيد محمد، اللغة الإعلامية (المفاهيم – الأسس – التطبيقات) القاهرة: عالم الكتب،1991م.
8. محمد بن سعود البشر، الأيديولوجيا في اللغة الإعلامية، الجزيرة (السعودية) العدد 12876، الصادر في يوم الأحد 21 ذو الحجة 1428هـ.
9. إسماعيل نوري الربيعي: في الأداء اللغوي، جريدة الصباح، 2011/4/16.
http://www.alsabaah.com/default.aspx

الوحدة التعليمية الرابعة

خصائص اللغة

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

1 – التعريف بخصائص اللغة البشرية.

2 – التعريف بخصائص اللغة العربية.

3 – التعريف بخصائص اللغة الأدبية والعلمية.

4 – التفريق بين اللغة الأدبية واللغة الإعلامية.

خصائص اللغة

أشرنا فيما سبق إلى أنواع التعبير اللغوي التي يصفها بعضهم (بأنواع اللغة) الأدبية والعلمية والإعلامية، ولكل لغة استخداماتها الخاصة بما تحويه من مفردات وتراكيب وتعابير ومصطلحات، ولها مواضعها التي تستخدم فيها بحسب الحال وطبيعة مكان النشر ونوعية القرّاء، وذهب البعض إلى وصف اللغة الإعلامية باللغة الثالثة أو اللغة الوسطى بين جزالة الأدب وصرامة العلم من أجل الوصول إلى جميع قطاعات المجتمع، والتواصل معها، والتأثير فيها وصولاً إلى تكاملها. فضلاً عن توحيد مشاعرها من خلال مشاركة إيجابية، واللغة حلقة أساسية في سلسلة حلقات وسائل الاتصال.

والحقيقة أن هذا التقسيم يبدو موضوعياً، لكنه ليس له أساس في التطبيق العملي إلا في حدود ضيقة، فاللغة الإعلامية تجمع بين مستويات التعبير كافة، لأن فنون الكتابة هذه موجودة في صفحات الصحف وبرامج الإذاعة والتلفزيون ونوافذ الإنترنت، فنجد اللغة الأدبية في الصفحات والصحف الأدبية المتخصصة كما نجدها في برامج الأدب والثقافة والفن المسموعة والمرئية، ونجد اللغة العلمية في الصحف العلمية المتخصصة (كثير من المنشورات الصحفية والمجلات العلمية المحكمة تكتب بلغة علمية خالصة) والبرامج المتخصصة بالشأن العلمي ومواقع الإنترنت المتخصصة بهذا الشأن، كما نجد اللغة الإعلامية في فنون الكتابة الصحفية المتعلقة بالشأن العام (الاجتماعي) في الأخبار والمقالات والأحاديث والتقارير... لذلك من المهم أن يتعرف الباحث على سمات فنون التعبير اللغوي المستمدة من سمات اللغة الإنسانية وسمات اللغة العربية (كوننا ندرس العربية).

خصائص اللغة البشرية

تمتاز اللغة البشرية بخصائص متعددة منها:[1]

1 –أنها لغة إنسانية خاصة بالإنسان تعبر عن مطالبه وتوصله بالآخرين، حيث ولد الإنسان وولدت معه أدواته اللغوية والمعبر عنها بالرموز والإيماءات والإشارات والأصوات والرسوم والنحو والنقوش والصور....الخ.

[1]- طه على حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم الوائلي: اللغة العربية، مرجع سابق، ص 58.

2- اللغة مكتسبة يكتسبها الفرد من عائلته ومجتمعه، وتنتقل من جيل إلى جيل وهو ما يعبر عنه بالانتقال اللغوي.

3- اللغة عبارة عن أصوات، والأصوات تنتظم في وحدات تحمل كل منها معنى معيناً له مدلوله ومفعوله الخاص، فكلما كان الملفوظ واضحاً كان المعنى والمدلول واضحاً أيضاً.

4- اللغة عرفية لأن أفراد المجتمع تعاونوا واتفقوا على الألفاظ ودلالاتها قبل تدوينها.

5- اللغات البشرية فيها قدر من التشابه، إذ أن اللغات تتشابه في أنها تصدر من جهاز النطق الإنساني، وتشترك مع بعضها بعضاً بالتركيب والتعقيد والنظام.

6- اللغة شيء متغير إذ تتغير بحسب الظروف والمستجدات التي تتعرض لها في المراحل التاريخية المختلفة، فبعد أن ازدادت حاجات الناس واتسعت المساحات الجغرافية للمجتمعات منذ بدايتها احتاج الإنسان إلى تطوير هذه العلامات والرموز إلى صور للتبادل النفعي، ومن ثم تطورت هذه المفردات الاجتماعية لتحل محلها اللغة، والتي كانت على مقدار الحاجة إلى ذلك..

7- ترتبط اللغة بالعرف اللغوي، فربط اللفظ بالمدلول أو المعنى عرف أولاً، ويجب أن يدل على شيء مفهوم لدى الجماعة، وقد يكون للفظ معان متعددة إذا اتفق المجتمع عليها. وجميع الأنماط الاتصالية أفرزتها الحاجات الاجتماعية والاقتصادية للإنسان كأدوات للتعبير تنظم سلوك حياته وسط الجماعات التي يعيش فيها أو الجماعات غير المنتمي لها، وهو ما يؤكد أهمية الأنساق الاجتماعية بين البشر والمعبر عنها بالرموز والإشارات والعلامات كما أسلفنا... الخ. وكل هذه الأنماط الاتصالية اللغوية وان لم تسم حينذاك "لغة" إلا أنها كانت الوسيلة الأولى التي عرفها الإنسان للتعبير عن حاجاته وسلوكه الاجتماعي وقيمه واتجاهاته... الخ.

8- تمتاز اللغة البشرية بالازدواجية، حيث تحتوى أي لغة إنسانية على مستويين من حيث البيئة، مستوى تركيبي، ومستوى صوتي.

9- قابلية التحول اللغوي، ويقصد بها قدرة الإنسان على التعبير بواسطة اللغة عن أشياء عديدة في أزمنة مختلفة.

10 - الإبداعية في اللغة، فالاستعمال الطبيعي للغة هو استعمال متجدد وليس ترديداً، كما تعد اللغة أداة فكر وتعبير بالإضافة إلى ملائمة اللغة لكل ظروف التكلم.

وثمة فروق في خصائص اللغة المنطوقة واللغة المكتوبة فلكل لغة صورتان مستقلتان ومتشابهتان في جوانب كثيرة، حيث تعد اللغة المنطوقة (لغة الحديث) أهم من اللغة المكتوبة من حيث أداء وظيفة الاتصال كما أنها أكثر انتشاراً. وتعد اللغة المكتوبة تمثيلاً صادقاً للغة المنطوقة ويهتم علماء اللغة باللغة

المنطوقة على اعتبار أن الكلام مثل الكتابة، وحتى عهد قريب استمر الاهتمام باللغة المكتوبة لأنها تتميز عن المنطوقة:

1 – بانتقالها من مكان إلى آخر عبر مسافات بعيدة.

2 – تكاد تكون ثابتة ولا تتعرض للتغير المستمر الذي يصيب لغة الحديث.

خصائص اللغة العربية

وما دمنا نعمل في بيئة عربية وسنكتب ونحرر بلغة عربية فمن المفيد تسليط بعض الضوء على سمات هذه اللغة، فلكل لغةٍ من اللغات الإنسانية ميزات تمتاز بها عن غيرها، وتعد اللغة العربية أمتن تركيباً، وأوضح بياناً، وأعذب مذاقاً عند أهلها، حيث تتمتع العربية بثراءٍ عز نظيره في معظم لغات العالم، ومن مزايا اللغة العربية: [2]

1 –كثرة مفرداتها والاتساع في الاستعارة والتمثيل، ووفرة المفردات يجعلها الأقدر على الإفصاح عن المعاني وخبايا النفس وجعلها لغة موسيقية شاعرية.

2 –التعويض، وهو إقامة الكلمة مقام الكلمة، كإقامة المصدر مقام الأمر، نحو: "صبراً آل ياسر فإن موعدكم الجنة" والفاعل مقام المصدر.

3 –عدم الجمع بين ساكنين، وقد يجتمع في لغة العجم ثلاثة سواكن.

4 –تفرق العربية بالحركات وغيرها بين المعاني.

5 –دلالة بعض الحروف على المعاني.

6 –سهلة التعلم إذ يقول العالم الفرنسي "مارسي" في مجلة التعليم الفرنسية: من السهل جداً تعلُّم أصول اللغة العربية، فقواعدها التي تظهر معقدة لأول نظرة هي قياسية ومضبوطة بشكل عجيب لا يكاد يُصدق، فذو الذهن المتوسط يستطيع تحصيلها بأشهر قليلة وبجهد معتدل[3]. وتقول المستشرقة الألمانية "آنا ماري شيمل": اللغة العربية لغة موسيقية للغاية، ولا أستطيع أن أقول إلا أنها لابد أن تكون لغة الجنة[4].

---

[2]- السيوطي: المزهر، 1 / 321 وما بعدها

[3]- عارف النكدي: مجلة مجمع اللغة العربية (دمشق) المجلد / 44 ج / 4 / 1 سنة 1969 م، ص 46

[4]- المرجع السابق، ص 46

7 ـ تمتاز العربية بمرونتها وسعة اشتقاقها، ناهيك عن دقة التعبير، إذ تجد – مثلاً – لكل لحظةٍ من لحظات الليل والنهار لفظاً خاصاً.

8 ـ تتغير الدلالات في العربية بتغير مباني الكلمات، ويبرز مع كل تغيير معنى جديد، نحو: قلم – قلمان – أقلام، كاتب – كاتبة – كاتبات.

9 ـ كتب الأب لويس شيخو عن كمال وثراء وثبات اللغة العربية، يقول: من يتتبع آثار لغتنا العربية، يراها في كل آنٍ مزدانة بخواص اللغات الكاملة، من حيث مفرداتها وتراكيبها وعباراتها وأساليبها، كأنها ظهرت بادئ ذي بدء تامة العدة كاملة الأهبة. وإذا قابلنا بين اللغة الشائعة في يومنا مع لغة أقدم الشعراء، كامرئ القيس والنابغة، لا نكاد نرى بين اللغتين اختلافاً يذكر، اللهم إلا في استعمال بعض ألفاظٍ لغويةٍ شعريةٍ أو في اتخاذ بعض التعابير الجديدة دلالةً على المعاني المستحدثة كما هو أدب اللغة الحية[5].

10 – قابلية اللغة العربية للنمو كاكتساب كثير من مفرداتها معاني جديدة، والتوليد الذاتي، والتوليد بالاشتقاق، وهو أخذ كلمة من كلمة أخرى مع المحافظة على قرابة بينهما، لفظاً ومعنىً، أو النحت بدمج كلمتين أو أكثر في كلمة واحدة، تتضمن كل منها معنى ملحوظاً في المصطلح المنحوت، والقياس وهو حمل مجهول على معلوم، وحمل غير المنقول على ما نُقل، وغيرها.

11 – العربية من اللغات التحليلية وهي المتصرفة التي تتغير أبنيتها بتغير المعاني وتحلل أجزاؤها المترابطة فيما بينها بروابط تدل على علاقتها ومن هذا الصنف اللغة الهندية.

12 – اللغة العربية أحدث اللغات السامية سناً.

13 – اللغة العربية تفوقت على اللغات السامية الأخرى لما لها من صفتين أساسيتين هما الاشتقاق والإعراب.

14 – ثمة ألفاظ تستعملها اللغة العربية اليوم عمرها أكثر من أربعين قرناً.

15 – تتفوق اللغة العربية بظاهرة الإعراب عن باقي لغات الإنسانية حيث تتيح الفرصة للفظة كي تأخذ حريتها تقديماً وتأخيراً مع احتفاظها بموقعها الإعرابي.

16 – تستغرق أصوات اللغة العربية كل جهاز النطق عند الإنسان وتخرج من مخارج مختلفة تبدأ بما بين الشفتين في نطق حروف كالباء والميم والفاء، وتنتهي بجوف الناطق في نطق حروف المد[6].

5- مجلة المشرق: بيروت: السنة الأولى، عدد آب 1898 م، ص20 وما بعدها.

6- علي أحمد مدكور، تدريس فنون اللغة العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 2002م، ص36- 41

17 – تمتاز اللغة العربية بالمرونة، ويظهر ذلك من طواعية الألفاظ للدلالة على المعاني وطواعية العربية تتمثل أكثر ما تتمثل في ظاهرتي الترادف والاشتقاق بصفة خاصة، وفي قدرتها على استيعاب المولد والمعرب والدخيل بصفة عامة.

18 – قدرة العربية على الوفاء بمتطلبات العصر.

19 – العربية لغة كاملة[7].

وتتفرع اللغة إلى مجموعة من اللغات الخاصة أو اللهجات التي لاتسع اللغة المشتركة ومنها اللغة (اللهجة) العامية (اللغة الفصحى في مظهر محلى). وقسم بعض اللغة العربية المعاصرة إلى فصحى التراث وفصحى العصر ويتضمن المستوى الثاني فصحى العصر ثلاث مستويات. عامية المثقفين، وعامية المتنورين، وعامية الأميين.

خصائص اللغة الأدبية والعلمية

الأدب إنشاء تخيلي تسود فيه الوظيفة الجمالية، والأدب أساساً فن جميل يتخذ من اللغة أداة له، ويتبدى ذلك في هيئة إنشاء، ومما يميز أداة الأدب هذه أنها أداة إنسانية، ابتدعها الإنسان لتكون أداة لتفكيره وتعبيره وتواصله مع أفراد مجتمعه. وأهم من هذا كله أنها أداة الثقافة الموروثة في تجليها لمستخدم هذه اللغة، وأنها لذلك أداة التواصل المثلى مع هذه الثقافة. فالفرد إذ يكتسب لغته الأم ويستوعب نظامها بعوامل مختلفة، يستوعب جوانب كثيرة من ثقافته المدونة بهذه اللغة، ومن الثقافات المترجمة إليها، لأنه من الناحية العملية يكتسبها ممارسة، ويواجهها نصوصاً أدبية وغير أدبية من مختلف العصور، يطلع عليها في مختلف مراحل تكوينه اللغوي والفكري والثقافي. وهي لذلك أداة «حافلة بالتراث الثقافي» للمجموعة اللغوية التي تنتمي إليها، وما دوّن فيها أو ترجم إليها من المواريث الثقافية الأخرى، هو حصيلة التراث الثقافي الذي تنطوي عليه. [8]

ويتفق جل الباحثين على أن الأدب تعبير لغوي، يستعمل الكلمات والمفردات كجسر وقناة لتوصيل وتبليغ مضمونه وتحقيق غاياته وأهدافه[9] والأدب فن لغته ذاتية تعتمد التصوير والإيحاء

7- المرجع السابق، ص36-41

8 - http://overall.moroccoforum.net.

9- أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي.. آفاق وتحديات، موقع ضفاف الإبداع http://difaf.net/main/

والموسيقى واستخدام المجازات والبديع والإطناب والمحسنات اللغوية، ويستهدف التأثير في الفرد من خلال التأمل، والأدب أداته الكلمة وهي تطلب في ذاتها لأنها جوهر التعبير ونبضه وإن فقدها انهار [10]. واللغة في النص الأدبي تؤدي عدة وظائف متفاوتة في أهميتها، والوظيفة الأكثر أهمية والتي تسود عادة غيرها من الوظائف الأخرى وتحكمها في النظام الهرمي الذي تقيمه بينها هي الوظيفة الجمالية Aesthetic Functionوهذه الوظيفة اجتماعية في جوهرها يسندها المجتمع إلى اللغة الأدبية من خلال مؤسساته المختلفة ذات الصلة (المؤسسات التربوية والثقافية والإعلامية)[11].

وغالباً ما تكون الوظيفة الجمالية في العمل الأدبي في وضع المهيمن والناظم لجميع الوظائف الأخرى التي يمكن للغة أن تؤديها، فضلاً عن الاستخدام القصدي الواعي المنظم المحكم للغة فيالكتابة الادبية، هذا الاستخدام الذي يسمح للوظيفة الجمالية بالسيادة – فثمة سمة أخرى للأدب لا يمكن إغفالها وهي أنه (متخيل) فكل شيء في الأدب متخيل ومصنوع بما في ذلك «أنا» الشاعر والشخصيات التاريخية التي تعمر حياة رواية ما، والتي تحيل قارئها إلى عالم متخيل لا يمكن النظر إليه على أنه واقع تاريخي فعلي [12]. والعمل الأدبي الفني ليس شيئاً بسيطاً، لكنه تنظيم على درجة عالية من التعقيد، وذو سمة طبقية من معان وصلات متعددة [13].

وفي ظروف قريبة من ظروف نشأة اللغة نشأ الأدب، كفن ووسيلة تعبير يقيم عبرها الأديب علاقة اتصال، وتواصل عاطفي مع بني جلدته، بغية التأثير والتأثر الذي يؤدي إلى تغيير السلوكيات والمواقف لدى جمهوره المتلقي[14]، وإذا كانت اللغة عبارة عن رموز وإشارات وصور مشحونة بالمعاني والدلالات، فإن الأدب هو عمل وسرد لغوي إيحائي مشحون بالمشاعر والأفكار والخبرات، يرصد حركة الواقع ليحولها إلى عالم تخيلي، ليعيد تركيبها من جديد عبر لغة تقوم بعملية توصيف العالم التخيلي.

وتسهم اللغة الأدبية في وعي العلامة، وقصد وتنظيم محكمين في استغلالها لمصادر اللغة، قد يبلغان درجة يستحيل معها تغيير كلمة أو إضافة كلمة من دون إفساد واضح لتأثير التعبير الأدبي ولاسيما في الشعر بأنواعه المختلفة [15].

10- محمد جميل شلش: اللغة وسائل الإعلام الجماهيرية، الموسوعة الصغيرة، العدد 260، ط الأول 1986، ص33.
11 - http://overall.moroccoforum.net.
12 - Ibid..
13 - Ibid..
14- أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي.. آفاق وتحديات، مرجع سابق.
15 - http://overall.moroccoforum.net.

وانطلاقا من هذا الفهم، فإن اللغة الأدبية وبالتالي الخطاب الأدبي لا يعكس بالضرورة صورة فوتوغرافية عن الواقع الاجتماعي، بل يحاول أن يقدم صورة إبداعية عن ذلك الواقع (16). ومن المفيد أن نذكر أن الأدب يحتوي على جانب إعلامي، وعلى توجهات إعلامية، وهذا التوجه جعل الأدب يغترف من لغة الإعلام، البسيطة والسهلة، ويستفيد منها، ويطورها لتصبح لغة أدب.

بينما اللغة العلمية المثالية لغة (دلالية Denotative) محضة، تهدف إلى التطابق التام والمحكم بين العلامة Sign أو الدال، والمشار إليه أو المدلول Signified، وأن العلامة في هذه اللغة شفافة أيضاً توجه قارئها من دون التباس إلى ما تشير إليه، كما هو الشأن في الرياضيات أو المنطق الرمزي (17).

وتعد اللغة الادبية لغة فرد يخاطب جماعات وأفراداً، قصد التأثير فيهم، وتغيير سلوكاتهم عبر جماليات الأسلوب وسحر السرد، وبصفة عامة عبر ما يعرف بالتذوق الأدبي والجمالي. ويجنح الأدب إلى الإبداع في الممارسة اللغوية، وتفجير طاقات اللغة، والمغامرة في تفاصيل ابتكاراتها وقدراتها الإبداعية، خدمة للغايات والأهداف المنشودة.

وبمقارنة اللغة العلمية مع اللغة الأدبية تبدو هذه الأخيرة قاصرة لأنها مفعمة بالالتباسات، مثلها في ذلك مثل أية لغة تاريخية أخرى، مليئة بالجناس، ومشبعة بالأحداث التاريخية والذكريات والتداعيات، وشديدة الإيحاء، هي لذلك في منأى عن أن تكون إشارية Referential فقط، لها جانبها التعبيري، فهي تنقل لهجة المتحدث أو الكاتب وموقفه، وتسعى كذلك إلى التأثير في القارئ. وثمة تفريق مهم آخر بين اللغة العلمية واللغة الأدبية يتمثل في تشديد الأخيرة منهما على العلامة نفسها، على رمزية الصوت في الكلمة، وجميع أنواع التقنيات الفنية كالوزن والجناس الاستهلالي وأنساق الصوت إنما اخترعت أساساً لتلفت الانتباه إلى الجانب الصوتي في هذه العلامة (18). كما أن اللغة الأدبية أكثر حميمية من اللغة العلمية في صلتها بالبنية التاريخية للغة.

[16]- أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي.. آفاق وتحديات، مرجع سابق.

[17] - http://overall.moroccoforum.net.

[18] - http://overall.moroccoforum.net.

اللغة الأدبية والإعلامية

وإذا أردنا التمييز بين لغة الإعلام ولغة الأدب علينا التفريق بين الإعلام والأدب. فالإعلام مهنة لها لغتها الخاصة وأساليبها، بمعنى أن الأسلوب الصحفي أسلوب عملي/علمي، ليس بمعنى العلم، وإنما بمعنى الأسلوب المقابل للأسلوب الأدبي، ألفاظه ليست مقصودة لذاتها فهي بعيدة عن الدلالات المجازية، وأفكاره مرتبة بمنطق علمي سليم ودقيق وموضوعي، لنقل الحقائق لا التجارب الذاتية (وإن ظهرت فنون صحفية في هذا الجانب) بأبسط الأساليب اللغوية الميسرة والمعبرة.

والفارق بين لغة الأدب ولغة الإعلام، مع أن كل منهما يستخدم الأدوات نفسها (الكلمة) وهي وسيلة لنقل المحتوى الأدبي والإعلامي على السواء لكن المحتوى الإعلامي يزيده بالصور والرسوم وأشكال الغرافيك، فالكلمة لا تقصد بذاتها . وثمة عنصر مهم يمكن ملاحظته إذا تأملنا قليلاً في مسألة اللغة يتمثل في أن مصدر ومرسل الخطاب الأدبي في أهدافه، يختلف كثيراً عن مصدر ومرسل الخطاب الإعلامي. فالمرسل الأخير، ليس بالضرورةفرداً، بل هو في غالب الأحيان جماعة (مؤسسة)، حيث أنه قد يكون صادراً عن حزب، أو عن حكومة، أو أية مؤسسة أخرى، تمتلك أو لها تأثير على المؤسسة الإعلامية.

كما أن تطور وسائل الإعلام،جعلها تخاطب كل حواس الإنسان، في وقت واحد، وقد استفاد الإعلام كثيراً من هذه الخاصية، الأمر الذي ساعده على مخاطبة شرائح عديدة من الطبقات الاجتماعية المختلفة[19]، وهذا التنوع بالذات ما جعل اللغة الإعلامية تسود فنجد حديث معظم السياسيين والمفكرين في ظهورهم في وسائل الإعلام يتحدثون بلغة إعلامية أقرب إلى الجمهور العام.

وبالنسبة للغة الإعلامية العربية نجدها هي اللغة العربية بقواعدها إلا أن نقطة الاختلاف بينهما في التبسيط، وهو ما يدعو له اللغويون أنفسهم في هذا الميدان (في العمل الإعلامي) لأنهم يقرون أن مستوى الأداء في الأدب يختلف في غيره سواء ما كان لتصريف الشؤون العامة أم ما كان فنياً بحتاً، والمقصود بالتبسيط هنا هو استخدام اللغة الفصحى الوظيفية المتداولة لا الفصحىالمقعرة، وذلك من خلال تبسيط القواعد اللغوية التي تعصم من الزلل واللحن، شرط ألا تغير من مقاييس الصحة في العربية

---

[19]- أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي.. آفاق وتحديات، مرجع سابق.

الفصحى، وذلك لأننا ندرك أن الإعلام موجه لجميع الناس، وهم لا يتساوون في المستوى الثقافي بخاصة أن مستوى الأمية في مجتمعنا مازالت كبيرة [20].

فضلاً عن أن وسائل الإعلام امتلكت تأثيراً واسعاً في عملية التثقيف والتربية والتعليم، فأظهرت الدراسات والبحوث أن الإنسان يتعلم 83% من خلال حاسة البصر، و11% من حاسة السمع، ويتذكر 20% مما يسمع، و50% مما يسمعه ويراه[21].

ولما كانت اللغة الإعلامية تتميز بخصائص شتى، فهي تختلف بطبيعة الحال، عن لغات العلوم والدراسات المتعمقة، لأنها تتجاوز مخاطبة الفئات المتخصصة إلى الجمهور الواسع ذي المستويات المتفاوتة، فإن ذلك لا يمنع بأي حال، من الحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، وعلى خصائص أخرى في الأسلوب، وهي البساطة، والإيجاز، والوضوح، والنفاذ المباشر، والتأكد، والأصالة، والجلاء، والاختصار، والصحة[22]. وهو ما سنفرد له فصلاً مستقلاً لأهميته ونتناوله في الفصل التالي.

---

[20]- انتظار عباس سوادي: اللغة الاعلامية وضرورة التصويب، جريدة التآخي، http://taakhinews.org/

[21]- المرجع السابق .

[22]- عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، القاهرة: دار الكتاب المصري، 1989 م، ص 234،.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة **تمتاز اللغة البشرية بخصائص متعددة منها:** أنها لغة إنسانية ومكتسبة وعبارة عن أصوات، وعرفية، وفيها قدر من التشابه، وهي شيء متغير،وترتبط بالعرف اللغوي، وثمة خصائص للغة المنطوقة والمكتوبة، ومن مزايا اللغة العربية: كثرة مفرداتها والتعويض، وعدم الجمع بين ساكنين، وتفوق العربية بالحركات ودلالة بعض الحروف على المعاني وسهلة التعلم، والمرونة وتغير الدلالات بتغير مباني الكلمات، وكمال وثراء وثبات وقابليتها للنمو، وهي من اللغات التحليلية وتعد أحدث اللغات السامية سناً، والعربية تفوقت على اللغات السامية وثمة ألفاظ تستعملها اللغة العربية اليوم عمرها كبير، وتتفوق العربية بظاهرة الإعراب وقدرتها على الوفاء بمتطلبات العصر.

بينما الأدب إنشاء تخيلي تسود فيه الوظيفة الجمالية للّغة، والأدب تعبير لغوي، وفن لغته ذاتية تعتمد التصوير والإيحاء والموسيقى والمجاز والبديع والإطناب والمحسنات اللغوية، بهدف التأثير في الفرد من خلال التأمل، والأدب أداته الكلمة التي تطلب في ذاتها لأداء الوظيفة الجمالية التي تعد وظيفة اجتماعية، فضلاً عن الاستخدام القصدي الواعي المنظم المحكم للغة في الكتابة الأدبية ، وتواصل عاطفي مع بني جلدته، والأدب عمل وسرد لغوي إيحائي مشحون بالمشاعر والأفكار والخبرات، بينما اللغة العلمية المثالية لغة (دلالية) محضة، تهدف إلى التطابق التام والمحكم بين العلامة أو الدال، والمشار إليه أو المدلول، وأن العلامة في هذه اللغة شفافة أيضاً توجه قارئها من دون التباس إلى ما تشير إليه، كما هو الشأن في الرياضيات أو المنطق الرمزي. وتبدو قاصرة لأنها مفعمة بالالتباسات.

وإذا أردنا التمييز بين لغة الإعلام ولغة الأدب علينا التفريق بين الإعلام والأدب. فالإعلام مهنة لها لغتها الخاصة وأساليبها، بمعنى أن الأسلوب الصحفي أسلوب عملي/علمي، ليس بمعنى العلم، وإنما بمعنى الأسلوب المقابل للأسلوب الأدبي، ألفاظه ليست مقصودة لذاتها فهي بعيدة عن الدلالات المجازية، ولما كانت اللغة الإعلامية تتميز بخصائص شتى، فهي تختلف بطبيعة الحال، عن لغات العلوم والدراسات المتعمقة، لأنها تتجاوز مخاطبة الفئات المتخصصة إلى الجمهور الواسع ذي المستويات المتفاوتة، فإن ذلك لا يمنع بأي حال، من الحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، وعلى خصائص أخرى في الأسلوب، وهي البساطة، والإيجاز، والوضوح، والنفاذ المباشر، والتأكد، والأصالة، والجلاء، والاختصار، والصحة.

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- تمتاز اللغة البشرية بخصائص متعددة منها:

A. أنها لغة إنسانية خاصة بالإنسان تعبر عن مطالبه وتوصله بالآخرين.

B. يكتسبها الفرد من عائلته ومجتمعه، وتنتقل من جيل إلى جيل وهو ما يعبر عنه بالانتقال اللغوي.

C. عبارة عن أصوات تنتظم في وحدات تحمل كل منها معنى معيناً له مدلوله ومفعوله الخاص.

D. a و b.

E. a و b و c.

الإجابة الصحيحة E

2- تتميز اللغة المكتوبة عن المنطوقة:

A. بانتقالها من مكان إلى آخر عبر مسافات بعيدة.

B. تكاد تكون ثابتة ولا تتعرض للتغير المستمر الذي يصيب لغة الحديث.

C. يهتم بها الناس أكثر من اللغة المنطوقة .

D. a و b.

E. a و b و c.

الإجابة الصحيحة D

3- من مزايا اللغة العربية:

A. كثرة مفرداتها والاتساع في الاستعارة والتمثيل.

B. التعويض، وهو إقامة الكلمة مقام الكلمة.

C. عدم الجمع بين ساكنين.

D. a و b.

E. a و b و c.

الإجابة الصحيحة E

4- من خصائص اللغة الأدبية:

A. اللغة الأدبية ذاتية تعتمد التصوير والإيحاء والموسيقى واستخدام المجازات والبديع والإطناب والمحسنات اللغوية.
B. تستهدف اللغة في ألأدب التأثير في الفرد من خلال التأمل، وهي تطلب بذاتها لأنها جوهر التعبير ونبضه وإن فقدها انهار.
C. تكفل اللغة الأدبية ترويجاً أكبر للمنتجات الأدبية .
D. a و b.
E. a و b و c.

الإجابة الصحيحة D

5- من خصائص اللغة العلمية:

A. لغة (دلالية) محضة، تهدف إلى التطابق التام والمحكم بين الدال، والمدلول.
B. العلامة في هذه اللغة شفافة أيضاً توجه قارئها من دون التباس إلى ما تشير إليه، كما هو الشأن في الرياضيات أو المنطق الرمزي.
C. لغة فرد يخاطب جماعات وأفراداً، قصد التأثير فيهم، وتغيير سلوكياتهم.
D. a و b.
E. a و b و c.

الإجابة الصحيحة D

6- اللغة الإعلامية تتميز بخصائص شتى، فهي تختلف بطبيعة الحال، عن لغات العلوم والدراسات المتعمقة، لأنها تتجاوز مخاطبة الفئات المتخصصة إلى الجمهور الواسع ذي المستويات المتفاوتة:

A. صح.
B. خطأ.

الإجابة الصحيحة A

المراجع

1. طه علي حسين الدليمي، وسعاد عبد الكريم عباس الوائلي، اللغة العربية: مناهجها وطرائق تدريسها، ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2005م.

2. السيوطي، المزهر، ج1 /321.

3. عارف النكدي، مجلة مجمع اللغة العربية (دمشق) المجلد / 44 ج / 4 / 1 سنة 1969م.

4. مجلة المشرق، بيروت، السنة الأولى، عدد آب، 1898م.

5. علي أحمد مدكور، تدريس فنون اللغة العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 2002م.

6. أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات، بالاعتماد على موقع ضفاف الإبداع: http://difaf.net/main/.

7. http://overall.moroccoforum.net.

8. محمد جميل شلش، اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية، الموسوعة الصغيرة، العدد 260، ط1، 1986م.

9. انتظار عباس سوادي، اللغة الإعلامية وضرورة التصويب، جريدة التآخي، بالاعتماد على موقع: http://taakhinews.org/

10. عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، القاهرة: دار الكتاب المصري،1989م.

الوحدة التعليمية الخامسة

خصائص اللغة الإعلامية

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

1 التعرف على مستويات اللغة الإعلامية من حيث الوسيلة

2 التعرف على مستويات اللغة الإعلامية من حيث مستوى التعبير

3 التعرف على مسلمات خصائص اللغة الإعلامية.

4 التعرف على أبرز خصائص اللغة الإعلامية

5 التمييز بين كل خاصية ولأخرى من خصائص اللغة الإعلامية.

خصائص اللغة الإعلامية

يرى النقاد إن النثر الصحفي يقف في منتصف الطريق بين النثر الفني، أي لغة الأدب، وبين النثر العادي، أي لغة التخاطب اليومي، له من النثر العادي ألفته وسهولته وشعبيته، وله من الأدب حظه من التفكير، وحظه من عذوبة التعبير، وانطلاقاً من هذا المفهوم للنثر أطلق بعضهم على لغة الصحافة، بأنها الأدب العاجل. كما توصف بأنها لغة وسيطة تقترب من لغة الحديث اليومي في أنواعها الخبرية، وتقترب من لغة الأدب في أنواعها الفكرية والجمالية[1].

وعلى العموم تستند اللغة الإعلامية إلى قواعد مضبوطة، وفنون مشروطة، وأجناس معروفة، ناهيك عن أنها كالأدب تتفرع إلى عدة مستويات هي: [2]

- مستوى لغة الإعلام المكتوب.
- مستوى لغة الإعلام المسموع.
- مستوى الإعلام السمعي/البصري.
- مستوى الإعلام التفاعلي.

وإذا كان المستوى الأول والرابع (المكتوب والتفاعلي) يتطلب بالتأكيد جمهوراً متعلماً إلى حد ما، ويمتلك خبرات معينة لفك الرموز، فإن المستوى الثاني والثالث (السمعي والسمعي/البصري) لا يهمها ذلك كثيراً، والأمية لم تعد مشكلة أمام التطور السمعي/البصري. فاللغة الإعلامية تكون مسايرة لمستوى المتلقي، ويرقى مستوى النص المكتوب عن مستوى النص المسموع القريب من لغة الحديث العادي. وتحت هذه المستويات، ثمة مستويات أخرى منها لغة الإعلام الثقافي، ولغة الإعلام السياسي، ولغة الإعلام الاقتصادي، ولغة الإعلام الرياضي، ولغة الإعلام الشبابي والنسوي...الخ. ويزداد تعقيد دراسة اللغة إذا أضفنا إليها أن اللغة ليست حيادية إزاء القضايا الاجتماعية، ومشاغلها اليومية، فلكل طبقة أو فئة اجتماعية لغتها الخاصة، وخطابها السائد، فللطبقة البورجوازية مثلاً لغتها ومصطلحاتها، وسياقها الخطابي، ولطبقة العمال والفلاحين لغتها ومصطلحاتها وسياقها الخطابي المعبر عن مطامحها وانشغالاتها وتطلعاتها...الخ

1- أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي.. آفاق وتحديات، مرجع سابق.
2- المرجع السابق .

وضمن اللغة الإعلامية ثمة مستويات أخرى هي:

1 –المستوى التعبيري: وهو تذوقي فني جمالي يستعمل في الأدب والفن، والتحرير الإعلامي.

2 –المستوى الإقناعي : ويستعمل في مواد الدعاية والحرب النفسية والإعلان والعلاقات العامة.

3 –المستوى الإعلامي: وهو مستوى عملي اجتماعي يستخدم في وسائل الإعلام على نحو ما نجد في معظم فنون التحرير الإعلامي الذي يكتب بلغة يفهمها أكبر عدد ممكن من القراء على اختلاف مشاربهم.

وتستمد اللغة الإعلامية سماتها من مهنة الإعلام الذي يعد تعبيراً موضوعياً عن الأحداث، ويجعل المعلومات والثقافة بل والفلسفة والعلم في متناول الجميع، بطريقة واضحة مشوقة ودرامية. تتميز بسمات شتى، وهي تختلف – بطبيعة الحال، عن لغات العلوم والرياضيات المتعمقة، لأنها تتجاوز مخاطبة الفئات المتخصصة إلى الجمهور الواسع، ذي المستويات المتفاوتة، وإذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، فإنها تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب(3). وأي حديث عن خصائص اللغة الإعلامية يمر بمسلمات أساسية هي:

أولاً– اللغة الإعلامية لغة عملية:

من خلال الرؤية المتفحصة إلى ما آلت إليه الكتابات الإعلامية العربية اليوم, بعد أن تأثرت على نحو مباشر وغير مباشر بلغات الإعلام في العالم اتقت منها أساليبها ونظرياتها, فهي ليست أدبية, وإن كانت فيها بعض المجالات المتخصصة أدبياً, وهجرت المباهاة بالقدرة البلاغية. كما أنها ليست علمية بحتة, وإن أفادت من موضوعية اللغة العلمية وبعض أساليبها أو كان هناك بعض المجالات المتخصصة علمياً. إنها لغة عملية ،بمعنى أنها اللغة التي يتداول الناس مفرداتها وتراكيبها وأساليبها في ندواتهم واجتماعاتهم وحياتهم اليومية وقد صيغت في قالب فصيح.

3- خالد الشريف: **الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة**، al-sharif3333.maktoobblog.com

ثانياً- تمر اللغة الإعلامية عبر وسائل:

يحدد قارئ الصحيفة وقت القراءة ومدتها, ولديه الفرصة الكافية لإعادة القراءة والتوقف عند مقاطع معينة أو جمل معينة أو مفردات معينة وصولاً إلى فهم ما يمكن أن يكون قد فاته فهمه في أثناء القراءة السريعة أو القراءة الأولى.فالمرسل (الكاتب) أصبح مدركاً أنه قادر على التأني في صياغة مادته، وعلى تحاشي التكرار والإطناب إذا أراد ذلك، والاعتماد على فطنة القارئ وقدرته على الربط والتحليل. والمستقبل (أي القارئ) صار متيقناً أن المضمون الإعلامي هو ملك له ولا ضرورة للتسرع في استقبال ما يقرأه.

والكلمة في الصحافة خالية من الصوت البشري, وبخلوها منه تفقد العنصر الذي تستمد منه اللغة الإذاعية والمرئية دفعاً وتأثيراً. على أن في هذا الضعف قوة, فالكلمة في الصحافة هي الأداة التي تمكن الجمهور من التحكم في الوقت بحيث يستطيع أن يسبق الكلمات أو يتوقف عند بعضها متذوقاً, ويستطيع أن يرتد إلى الوراء وأن يسقط بعضها أيضاً. وهو ما يدفع القارئ ليكون مشاركاً إيجابياً في عملية الاتصال، إنه لا يكتفي بالتلقي السريع المفروض بل يفكر ويتخيل إذا أراد ذلك، فيتمتع بلذة الاكتشاف والموازنة وتصور المواقف والأحداث والتعمق.

ثالثاً- اللغة الإعلامية ليست كلاماً فقط:

صحيح أن لغة الصحافة تعتمد على الكلمة كأساس لتأسيس الكتابة, ولكن هناك عناصر أخرى مساعدة تعين على تأمين الوضوح والإفهام, منها العناوين بأنواعها والصفحة والصورة, والرسوم البيانية, والجداول الإحصائية والرسوم الكاريكاتورية وطريقة الإخراج والمؤثرات السمعية والبصرية وغيرها من عناصر.

رابعاً- في المجلات والبرامج الأسبوعية والمسجلة مجال أرحب لإتقان الصياغة:

ربما تكون نسبة الإبداع في اللغة الإعلامية في صحيفة يومية أو برنامج يبث على الهواء محدودة جداً, إذ أن الصحيفة اليومية والبرنامج السريع ذوات أهداف واضحة وهو إيراد المحتوى الإعلامي بسرعة اعتماداً على ما تصوغه وكالات الأنباء, وصياغة هذه الوكالات موجزة مبسطة ودقيقة فلا يضيف

المحرر في الجريدة سوى بعض مقدمات الأخبار وبعض عبارات الوصل والخاتمة. أما في المجلات الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية والبرامج المسجلة, فإن الهم الأساسي هو توسيع المحتوى الإعلامي وتحليله والتعليق عليه وتفسيره ووضعه في سياقه العام. إذن إمكانات التأني في الإبداع اللغوي الإعلامي متوافرة أكثر, وكذلك إمكانات "المناورة" الأسلوبية.

خامساً- اللغة الإعلامية لغة جماهيرية:

تخاطب وسائل الإعلام الجماهير العريضة، ليكون المحتوى الإعلامي مفهوماً عند الجمهور العادي والمتخصص, ذوو الثقافة العالية أو المتوسطة أو الضحلة يفهمونه تماماً كما يفهمه صاحب المتجر والموظف البسيط والعامل. وبعض الموضات من الدقة والتعقيد بحيث لا يجوز المغامرة بعرضها كما هي مخافة ألا تفهم على حقيقتها أو أن تفهم مجتزأة على نحو غير صحيح. لذلك لا بد من إيجاد وسيلة توصلها إلى جميع القراء سليمة وواضحة, وهذه الوسيلة هي النزول بالموضوع في كل جوانبه الأساسية والدقيقة إلى مجال قريب من متناول الناس بحيث يستوعبها القارئ بحواسه وعقله دون عناء أو مشقة.

من أبرز خصائص اللغة الإعلامية:

1 -أنها لغة سليمة:

تعد سلامة اللغة الخاصية الأساسية للكتابة الإعلامية، وبعض ملامح هذه السلامة في: الكتابة الإملائية الصحيحة، معرفة تطبيق قواعد الصرف والنحو، حسن اختيار المفردات، وصحة اختيار علامات الوقف (الترقيم)...[(4)].إن دعوة الكتاب المرموقين إلى احترام قواعد الكتابة (النحوية والصرفية) السليمة، يؤكد بأن من الخطر المحدق باللغات، الكتابات الإعلامية التي تتم في غالب الأحيان خارج القواعد الصحيحة للغة، مما يغرس في المتلقين روح عدم التقيد بالكتابة السليمة، وازدراء قيودها.

---

[4]- مقولة لفيليب غايار: الصحافة، نقلاً عن خالد الشريف: **الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة،** al-sharif3333.maktoobblog.com

2 -الواقعية:

يستأنس الإعلامي بالواقعي المألوف من اللغة، ويعمل على تكريسه، حيث أن أهدافه تتوجه بشكل أساسي إلى تقديم المعلومات دون بهارج ولا مؤثرات لغوية، ويهمه بالدرجة الأولى ألا تثير وسيلته التعبيرية أية إشكالات لدى المتلقي، ولا تأويلات قد تؤدي إلى انحراف أو تشويه يطال مضمون الرسالة الإعلامية، فهي لغة من الواقع وتتوجه إلى الواقع، تستمد منه رموزه ومعطياته وترتدي بيئته برموزها كافة. فإذا كان الفيلسوف يبحث عن الحقيقة على المستوى المنطقي، وكان الأديب يبحث عن الحقيقة على المستوى الجمالي، فإن الصحفي فنان موضوعي يبحث عن الحقيقة في الواقع العملي ويرصدها بصدق وأمانة ، فالإعلام يقوم على الوقائع المشاهدة، التي تنأى عن المبالغة والتهاويل.

3 -الموضوعية:

الإعلامي ملتزم بالموضوعية والحياد، لأنه يعكس مشاعر الجماعة وآرائها وليس آراؤه هو، وهو مقيد بمصلحة المجموع.. ويصل الفن الإعلامي في موضوعيته إلى إغفال اسم الكاتب إغفالاً متعمداً، لأن المهم هو التصوير الموضوعي للواقع، وليس التعبير الذاتي عن الفنان.

4 -الوضوح:

الوضوح من أبرز سمات لغة الإعلام وأكثرها بروزاً ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى، فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الراديو فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للاستفهام عما غمض منه لذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتى تحقق أهدافها.

5 -البساطة:

ينصح أساتذة الصحافة الكتّابَ إلى استخدام الألفاظ المألوفة، توخياً للفهم، وتجنب الألفاظ العلمية والاصطلاحية النادرة، بيد أنه إذا اقتضت الضرورة ذلك، فينبغي شرحها، وإعطاء المفهوم الحقيقي لها، وتفسيرها وتبسيطها، في تعميق المفاهيم الأصلية، وإشاعتها على أوسع نطاق، بين الجماهير. ومن بين المهمات الأساسية للإعلامي تحويل أكثر الموضوعات غموضاً أو علمية إلى جمل عربية بسيطة أسلوباً، ومفهومة معنى. لقد كان كبار الأدباء حين يكتبون في الصحافة، لا يستعملون المفردات والجمل التي لا يدرك معناها الجمهور، ويجعلون من أسلوبهم همزة الوصل، بين الحقائق العلمية والأدب الرفيع ومستوى فهم القراء [5] يقول "فيليب غايار": "البساطة مرغوب فيها حتى في كتابة المواضيع الموجهة إلى المتقفين

---

[5]- خالد الشريف: **الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة**، al-sharif3333.maktoobblog.com

فقط, فهؤلاء عندما يفتحون صفحات ما، متخصصة مثلاً، لا تكون لديهم عادة رغبة في بذل مجهود خاص لفهم وإدراك ما يقرؤونه...".بمعنى أنهم يريدون الفهم من أقرب الطرق وأيسرها، واللغة الإعلامية السليمة البسيطة تؤدي هذا الغرض. واكتشف الصحافي الأمريكي "فلاش" بعد مجموعة من الاختبارات أن فهم جمهور القراء نصاً ما يرتبط بثلاثة أمور متعلقة كلها بالبساطة:

- الأمر الأول: تواتر عدد كبير من المفردات المتداولة بكثرة في الحياة اليومية على مدار النص.
- الأمر الثاني: قصر هذه المفردات.
- الأمر الثالث: إيجاز الجمل.

حيث يسمح التواتر بالتقاط المدلول آلياً، من دون أي عناء, وقصر اللفظ يسمح بقراءتها ومتابعتها سريعاً, وإيجاز الجملة يمنع عنها التعقيد، وقد راقت الفكرة الأخيرة الكاتب الكبير "أرنيست همنغواي" فوضع قاعدة "استعمل الجمل القصيرة، واستعمل الفقرات القصيرة."

6 - الدقة والتجسيد:

قد تؤدي البساطة إلى الوضوح، ولكن الدقة والتجسيد ضروريان أيضاً, لأنهما يمنعان الوقوع في مزالق الثرثرة والضياع في متاهات المفردات التي تحمل أكثر من معنى. وتكون الدقة في اختيار الكلمة المناسبة التي تعبر عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقية تعبيراً مباشراً, والتي لا تسمح بالتداخل بين معنيين أو أكثر ولا بالارتباك في اكتشاف المدلول المقصود تحديداً من الكاتب، فمثلاً: كلمة "امتعض" غير "غضب" أو "ثار" مع أن فيها جميعاً معنى ردة الفعل السلبية. و"الوجنة" غير "الخد" لأن الثاني أسفل من الأول. و"مقلة العين" غير "حدقة العين" و"الجفن" غير "الهدب", فالجفن غطاء المقلة من أسفل وأعلى بينما الهدب هو الشعر[6]. و"الأكلة" غير "الوجبة" إذ الأولى هي الطعام والثانية هي الطعام مرة في اليوم.

والدقة في اختيار الفعل ومتمماته, وبخاصة حروف المعاني. رغب في الشيء أراده وتمناه, رغب إليه طلب منه, رغب عنه ابتعد عنه. وإذا اجتمع إلى الدقة التجسيد كان الفعل أقوى, ذلك أن الدقة العلمية الصافية قد تبقى في حدود الأرقام والمعادلات الفوقية التي لا تستوعب إلا بواسطة الذهن المركز, لذلك يستحسن أن تضيف إلى الدقة وسائل التجسيد التي تجعل الموضوع أو المادة الموصوفة في نطاق الحواس, وفي نطاق ما هو متداول يومياً أمام سمع القارئ وبصره وجميع حواسه.

---

[6]- -يرى كورتيس لاكادوغال والفرد كروييل أن من أهم مميزات الإنشاء الصحافي: إيجاز الجملة والفقرات, الجملة المباشرة, الأفعال والأسماء القوية, الاستعمال الصحيح لقواعد اللغة, راجع: créative news editing by Alfred crow elle p.66

7 -الإيجاز:

مهما كان حجم الصحيفة كبيراً فإنها محدودة في صفحاتها والمطلوب كتابة أكبر عدد ممكن على ورقاتها ومهما كان وقت البرنامج كبيراً فالموضوعات أكبر منه فلابد من الاختصار ولابد أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز، ويرى كل من "كورتيس ماكدوغال" و"الفريد كرويل" إن من أهم سمات الكتابة الإعلامية: إيجاز الجملة والفقرات، الجمل المباشرة، الأفعال والأسماء القوية، الاستعمال الصحيح لقواعد اللغة[7]. ولعل ميل اللغة الإعلامية إلى الإيجاز والسرعة البرقية دفع المحررين إلى استعمال بعض المفردات والعبارات النموذجية التي تدل على مضمون معين يتخطى ظاهر اللفظ لمجرد التلفظ بها. مثلا: السوق السوداء: أي السوق التي يتعامل فيها المهربون والمواطنون خفية تهرباً من التسعير الحكومي. وكذلك يناصره الشارع: فكلمة الشارع تعني الفئات الشعبية المتحركة على نطاق واسع. وكذلك توترت العلاقات: إشارة إلى بداية خلافات دولية قد تؤدي إلى خلافات في العمق. وأيضاً– القوة الضاربة: إشارة إلى قوة عسكرية ذات تركيب معين تتمتع بكثافة نارية وسرعة في التحرك لا تملكها الجيوش النظامية.

8 –المرونة:

يقصد بالمرونة تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف، كما يقصد بها أن تكون متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

9 –الحيوية:

قد يكتب المحرر موضوعاً بأسلوب بسيط وواقعي وبلغة سليمة, وعلى رغم ذلك يبقى ما كتبه "بارداً" لا يثير فضول القارئ ولا رغبته في الدخول إلى أعماق الظواهر الكتابية واكتشاف التفاصيل. هذا عائد إلى أن المحرر أغفل مسألة مهمة وهي زرع الحياة في "كتابته"..إذ اكتفى بنقل الوقائع في وتيرتها الأساسية وبجفافها الطبيعي من خلال لغة محددة بقوالب جامدة. لذا عليه, أن يعمل على وضع الحدث أو الموضوع ضمن إطاره الحي الذي كان فيه، وأن يحرك كل عنصر فيه, وأن يجعله وكأنه يُرى بالعين ويُسمع وتلتقطه جميع الحواس. من خلال وسائل عديدة, منها حسن اختيار المفردات بحيث يكثر التعامل مع الأفعال الحية المعبرة لأن الفعل بطبعه, خروج عن الجمود ووجود في الزمان والمكان. وكذلك التعامل

---

[7]- خالد الشريف: **الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة**، al-sharif3333.maktoobblog.com

مع المفردات القريبة من حياة الناس, المشتقة من حركة وجودهم وتعايشهم مع الآخرين. ولا بد من التصوير بواسطة اللغة, أي تقديم مجموعة من المشاهد التي تتجسد في ذهن القارئ.

10 - النفاذ المباشر:

تبتعد اللغة الإعلامية عن طابع الأدب، والتعميمات التي لا معنى لها، والجمل الطويلة، والمترادفات، والمستوى الجمالي في التعبير، وتستخدم الجمل القصيرة، والكلمات القوية السلسة، والإيجابية. وعلى الإعلامي استخدام الكلمات المناسبة التي تصيب (الهدف) بدلاً من استعمال الكلمة العامة التي قد تصيب أشياء أخرى بالإضافة إلى الهدف، وأن تستعمل الكلمة في المكان الذي يناسب الغرض منها، وان يركز جملة بحيث تأتي محكمة ومنطقية.

11 - اللطف والإيناس مبتعدة عن الغرابة في الأسلوب والإمتاع:

يجب أنّ تتّسم اللغة الإعلامية بسلاسة العبارة، وعُذوبة الحديث، وقُرب الفكرة، وأن تبتعد ما أمكن عن إجهاد القارئ وإعناته بلون من ألوان البحث في الموضوعات المجرّدة[8] وقد أكّدت أشكال التحرير على لغة المرسِل في إعداده للرسالة الإعلامية، واشترطت فيها العرض بأسلوب ممتاز[9] ويقول "برنار فوريان": الصحيفة التي تلتزم بمبدأ التنازل للقراء، وصولاً إلى اجتذابهم، وتداول المواد الإعلامية دون كبير عناء، لا يمكنها أن تغفل حقها في فرض بعض المواقف الإنشائية والأسلوبية والموضوعية الضرورية، حتى ولو أدى ذلك إلى تنفير بعض القراء وامتعاضهم[10].

---

[8]- عبد اللطيف حمزة: أدب المقالة الصحفية في مصر، مرجع سابق، ص214

[9]- محمد عبد المطلب البكاء: لغة الإعلام، مرجع سابق، ص103

[10]- برنار فوريان: الصحافة في المجتمع الحديث، نقلاً عن خالد الشريف : **الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة**، **al-sharif3333.maktoobblog.com**

12 –المعاصرة:

يقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة وفي حالات محددة.

13 –الملائمة:

يقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية، ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى، فلغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة، ولغة الصحافة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية واقتصادية معينة وتتوجه إلى حاسة البصر فيجب أن تكون ملائمة لها أيضاً.

14 – الجاذبية:

يقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على القول والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة، فلا وجود لجمهور يتشوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خال من عوامل الجاذبية والتشويق.

15 – الاتساع القابلية للتطور :

اللغة الإعلامية متسعة وتتسع بشكل يومي وقد يكون للاتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها، ومتطورة على نحو دائم، فلغة الإذاعة في الثلاثينيات غير مثيلتها في الخمسينيات والستينيات وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها في السبعينيات وحتى التسعينيات ولغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها, صحيح أن بها عناصر ضعف ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير, وأكثر قدرة على الجذب.

16 – سرعة الانتشار:

تنتشر اللغة الإعلامية بسرعة وتفرض نفسها على المتلقي، نتيجة انتشار وسائل الإعلام وتغلغلها في المجتمعات، وارتباطها الوثيق بمعطيات الحياة اليومية، وحوادثها المتتالية والمتلاحقة.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة تستند اللغة الإعلامية إلى قواعد مضبوطة، وتتفرع إلى عدةمستويات في مستوى لغة الإعلام المكتوب والمسموع والسمعي/البصري ومستوى الإعلام التفاعلي. وضمن اللغة الإعلامية مستويات أخرى هي: التعبيري ،الإقناعي ، والإعلامي. وتستمد اللغة الإعلامية سماتها من مهنة الإعلام الذي يعد تعبيراًموضوعياً عن الأحداث، وأي حديث عن خصائص اللغة الإعلامية يمر بمسلمات أساسية هي: اللغة الإعلامية لغة عملية، وتمر اللغة الإعلامية عبر وسائل، واللغة الإعلامية ليست كلاما فقط، وفي المجلات والبرامج الأسبوعية والمسجلة هناك مجال أرحب لإتقان الصياغة، واللغة الإعلامية لغة جماهيرية، ومن أبرز خصائص اللغة الإعلامية: أنها لغة سليمة، وواقعية، وموضوعية، وتمتز بالوضوح، والبساطة، والدقة والتجسيد، والإيجاز، والمرونة، والحيوية، والنفاذ المباشر للموضوعات، واللطف والإيناس مبتعدة عن الغرابة في الأسلوب والإمتاع، والمعاصرة، والملائمة، والجاذبية، والاتساع والقابلية للتطور، وسرعة الانتشار.

تمارين

1- أجب باحتمال واحد فقط، تتفرع اللغة الإعلامية إلى عدة مستويات هي:

A. مستوى لغة الإعلام المكتوب
B. مستوى لغة الإعلام المسموع
C. مستوى الإعلام السمعي/البصري
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

2- أجب باحتمال واحد فقط، أي حديث عن خصائص اللغة الإعلامية يمر بمسلمات أساسية هي أن:

A. اللغة الإعلامية لغة عملية
B. تمر اللغة الإعلامية عبر وسائل
C. اللغة الإعلامية ليست كلاما فقط
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

3- أجب باحتمال واحد فقط، من أبرز خصائص اللغة الإعلامية:

A. سلامة اللغة الخاصية الأساسية للكتابة الإعلامية
B. الواقعية
C. الموضوعية
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

4- أجب باحتمال واحد فقط، من أبرز خصائص اللغة الإعلامية:

A. الوضوح
B. البساطة

C. المرونة

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

5- أجب باحتمال واحد فقط، يمكن تحقيق البساطة في اللغة الإعلامية من خلال:

A. استخدام الألفاظ المألوفة

B. تحويل أكثر الموضوعات غموضاً أو علمية إلى جمل عربية بسيطة أسلوباً، ومفهومة معنى

C. استخدام الكلمات القصيرة

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة D

6- أجب باحتمال واحد فقط، يمكن تحقيق الدقة والتجسيد من خلال:

A. اختيار الكلمة المناسبة التي تعبر عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقية تعبيراً مباشراً

B. اختيار الفعل ومتمماته, وبخاصة حروف المعاني

C. تجعل الموضوع أو المادة الموصوفة في نطاق الحواس

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

7- أجب باحتمال واحد فقط، يمكن تحقيق الإيجاز في الكتابة الإعلامية من خلال:

A. إيجاز الجمل والفقرات

B. الجمل المباشرة، والأفعال والأسماء القوية

C. تجنب الحديث عن كل شيء

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة D

8- أجب باحتمال واحد فقط، تتحقق الحيوية في الكتابة الإعلامية من خلال:

A. نقل الوقائع في وتيرتها الأساسية وعلاقاتها الطبيعية من خلال لغة محددة بقوالب معينة

B. العمل على وضع الحدث ضمن إطاره الحي الذي كان فيه، وأن يحرك كل عنصر فيه, وأن يجعله وكأنه يُرى بالعين ويُسمع وتلتقطه جميع الحواس

C. الابتعاد عن تقديم مجموعة من الشواهد التي تتجسد في ذهن القارئ

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة B

9- أجب باحتمال واحد فقط، تتحقق الجاذبية في اللغة الإعلامية من خلال:

A. أن تكون الكلمة قادرة على القول والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة

B. البعد عن المضامين الجافة

C. الإعلان المتكرر عن المحتوى المنشور

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة D

المراجع

1. أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات، بالاعتماد على موقع ضفاف الإبداع: http://difaf.net/main/.

2. خالد الشريف، الصحافة وعلاقتها الوثيقة بقواعد اللغة، بالاعتماد على موقع: al-sharif3333.maktoobblog.com.

3. محمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام بين الفصحى والعامية، جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الأول 2005م.

4. عبد اللطيف حمزة، أدب المقالة الصحفية في مصر ،الهيئة المصرية العامة للكتاب، المجلد الأول، 1996.

الوحدة التعليمية السادسة

مبادئ ومعايير اللغة الإعلامية

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

- التعرف على مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الإعلام.
- التعرف على مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الممارسة الإعلامية.
- التعرف على معايير اللغة الإعلامية العامة.
- التعرف على المعايير المتعلقة بدلالة اللغة الإعلامية.
- التعرف على معايير اللغة الإعلامية المتعلقة بتعددية المعاني.
- التعرف على معايير اللغة الإعلامية المتعلقة بالمستوى اللغوي المناسب.
- التعرف على معايير اللغة الإعلامية المتعلقة بالأسلوب الإعلامي.

مبادئ ومعايير اللغة الإعلامية

ولدت اللغة الإعلامية ونمت في رحم وسائل الاتصال الجماهيري، وأنتجت لغة خاصة لا تنفصل عن الزمان والمكان والمجتمع الإنساني، هذه اللغة باتت خاضعة أيضاً لسلطةالواقع وحبيسة أحداثه ووقائعه المتعاقبة، فنجد على سبيل المثال أن مفردات ومصطلحات ورموز تولد وتموت في خضم الحدث الإعلامي. وباتت اللغة الإعلامية متميزة عن غيرها من اللغات من حيث استخدام عدد من المفردات والرموز والإشارات التي تُردد وتُكرر في وسائل الإعلام. لقد أصبحت هذه المفردات بالإضافة إلى بنية النص الإعلامي تشكل لغة ذات قاموس فريد، تشير بقوة لهوية وشخصية وجوهر الوسيلة الإعلامية ومنحها بصمتها السمعية والبصرية والأسلوبية، برغم الاختلافات القائمة في الاتجاهات والسياسات والأنظمة الإعلامية. هذا الاستخدام المكرر لمفردات اللغة الإعلامية بات أيضاً يتجلى حتى في الصورة بما تحمل من دلالات ورموز بل وفي الصورة الكلية في الكتابة المرئية ولكنها (تفصيلية) في اللغة المكتوبة.

وللغة الإعلامية مجموعة مبادئ مستمدة من المبادئ العامة التي يقوم عليها الإعلام بعامة، وكل وسيلة إعلامية على نحو خاص، ويمكن تصنيف مبادئ اللغة الإعلامية في المستويات الآتية:

مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الإعلام

يقوم الإعلام كمهنة وممارسة على مجموعة مبادئ تنسحب على لغة التعبير بمستوياته كافة من أهمها:

1 – الصدق: هو الدافع لأدبيات التعامل مع (المادة) الإعلامية، فالحقيقة هي المحور المحرك للعمل الإعلامي والوصول إليها ليس عن طرق ملتوية أو قصيرة مشوبة بما يخدش دقتها وصدقها وواقعيتها، بل يتم الوصول إليها عن طرق صعبة وسليمة تكون مدعاة السرور وجلب الاطمئنان إلى التميز ومقارنة العمل من شخص إلى آخر، ذلك لأن رجال وسائل الإعلام يسعون إلى الحقيقة ضمن بيئتها ومكانها وزمانها، لأن الحقائق ليست دوماً في متناول من يريدها فلابد من الوصول إلى مصدرها بشتى الطرق وفي ذلك جهد ومشقة، ولأن الوصول إلى الحقيقة يحتاج إلى جهد وعناء سُميت الصحافة (مهنة البحث عن المتاعب).

2 – العدالة والإنصاف: وهو مبدأ يلغي الانحياز ويهدف إلى عدة أشياء:

أ –إن المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات كما هم متساوون أمام وسائل الإعلام، ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على أن لا تكون هذه الوسائل تعبيراً عن فئة أو ثقافة أو جهة من دون أخرى.

ب –العدالة والإنصاف تقتضيان توخي الحكمة في عرض الموضوعات والصور والابتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة والتهويل والإثارة الرخيصة.

3 –النزاهة:وتعني تقديم الموضوعات الإعلامية بما فيها من صور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الأمور مثل: الخلط بين الخبر والتعليق أو الإعلان والإعلام، وبين الصالح العام والصالح الخاص (الاعتبارات المجتمعية والشخصية). كما تفيد النزاهة التجرد من الهوى والاستقلالية في العمل وعدم الخضوع لأي تأثير أو رقابة داخلية (من قبل المؤسسة الإعلامية) أو خارجية (من قبل جماعات الضغط أو الجمهور) والضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بجميع أشكالها.

4 –المسؤولية: يجب على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية الصحة مما يقدم من موضوعات، بمعنى أنه لا يجوز نقل أي خبر من دون التحقق منه والتحري بشأنه والتزام الدقة في معالجته والحذر في نشره في إطار مسؤولية الإعلامي أمام الرأي العام، وهو شكل من أشكال تقييد الحرية المرهونة بالمسؤولية الاجتماعية.

5 –احترام الكرامة الإنسانية:عرض الموضوعات الإعلامية بما لا يمس الكرامة الإنسانية بعامة أو كرامة جماعية معينة من المجتمع (فئة أو طبقة أو دين أو عرق) أو تمس حالات فردية (مثل عرض صورة شخص دون إذنه) أو محاولة تشويه صورته عن قصد بغرض الإساءة إليه، كما يجب استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على المعلومات، بحيث لا يجوز اللجوء إلى الخداع أو التوريط أو الابتزاز أو التلاعب بالأشخاص (مثل التسجيل أو التصوير غير القانوني).

ويرى "برنار فويان"[1] أن اللغة الإعلامية تحكمها ثلاثة مبادئ أساسية هي: [2]

– الجانب الإنساني: إن أنسنة موضوع ما هي دفعه إلى مستوى من التعميم بحيث يصبح مقابلاً لاهتمام الجمهور كله, ويكون ذلك بإحياء الحدث أمام القارئ وكأن القارئ هو نفسه البطل أو من يقوم بالعمل كاملاً. وهذه الأنسنة في تقديم الموضوعات الإعلامية أشار إليها أفلاطون في كتاب

1- أبو الهلال العسكري: التلخيص في معرفة أسماء الأشياء، ج1 .
2- أمينة زينب: خصائص اللغة الصحفية،
httpwww.philadelphia.edu.joacademicsmarah89uploadswith-journal-language.pdf

"الجمهورية" حين عين نوعين من السرد: القص والمحاكاة. فالقص عمل عقلاني يعتمد على ربط النتائج بالأسباب والعلل, بينما المحاكاة عمل شعوري عاطفي يسعى إلى إعادة خلق الحدث في مخيلة القارئ, وقد داخلته المشاعر الإنسانية (غضب, حب, كراهية, فرح, ألم, يأس, عذاب, ولع وغيرة...). إنه إحياء إنساني له بكل ما فيه من طبيعية وواقعية. وإذا كان أفلاطون قد فضل القص على المحاكاة لأن القص يتوجه إلى العقول النيرة, وإلى الأذهان مرتفعة المراتب, فإن الإعلام الذي يتعامل مع الناس العاديين، يعتمد أكثر على المحاكاة.

إذن الجانب الإنساني في الموضوعات الإعلامية، هو تطعيم المادة الإعلامية بأحاسيس الإنسان ومتاعبه وهمومه وردّات فعله الطبيعية وهواجسه وأحلامه ونزواته, حتى يشعر القارئ, أي قارئ, أن بينه وبين الموضوع علاقة مباشرة.

– النزول إلى مستوى العموم: أي أن يصبح ما يكتب, كل ما يكتب, مفهوماً عند جميع القراء، المتخصص والعالم وذو الثقافة العالية أو المتوسطة يفهمونه تماماً كما يفهمه صاحب المتجر والموظف البسيط والعامل. إن بعض المواضيع هو من الدقة والتعقيد بحيث لا تجوز المغامرة بعرض حيثياتها كما هي مخافة ألا تفهم على حقيقتها أو أن تفهم مجتزأة على نحو غير صحيح. لذلك لا بد من إيجاد وسيلة توصلها إلى جميع القراء سليمة وواضحة, وهذه الوسيلة هي النزول بالموضوع في كل جوانبه الأساسية والدقيقة إلى حقل الموازنات والمشابهات والصور القريبة من متناول الناس بحيث يستوعبها القارئ بحواسه وعقله دون مشقة. العالم في أبحاثه المنشورة يصر على استعمال التعبير حامض أسيتيل ساليساليك أسيد.بينما الصحافي يقرب الموضوع من القارئ فيشير إلى هذا العنصر الكيمائي بقوله (الأسبرين).

– السلطة: عنصر متمم للعنصرين السابقين, فالصحيفة التي تلتزم بمبدأ التنازل للقراء وصولاً إلى اجتذابهم وتداول المواد الإعلامية دون كبير عناء, لا يمكنها أن تغفل حقها في فرض بعض المواقف الإنشائية والأسلوبية والموضوعية الضرورية حتى ولو أدى ذلك إلى تنفير بعض القراء وامتعاضهم. فهناك بعض المواضيع التي لا يجوز في أي حال من الأحوال تحوير بعض تعقيداتها وأسمائها ومضامينها ولا تبسيطها, فلا مناص من ذكر الأشياء والقضايا والأسماء كما هي, محتفظة بهيبتها العلمية العالية وبشيء من إبهامها، إن في ذلك أخذ بيد القارئ للارتفاع,

رويداً رويداً, باتجاه القراءة الصعبة, ولكن الضرورية. لذا تمسي الفصحى اللغة الإعلامية الأوسع، والمستخدمة، وهي لغة الحضارة، وهي سهلة، أليفة، معبرة، مفهومة، وهذا لا يؤثر في اللهجات الشعبية والعامية المحلية.

مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الممارسة الإعلامية

فرضت الممارسة الإعلامية نفسها على لغة الإعلام وظهرت مجموعة مبادئ تحكم الاستخدام اللغوي منها:

1 –تحديد الهدف: هدف الكاتب أو ما يريده، فقد يكون الهدف هو الترفيه أو إثارة الاهتمام أو التوجيه أو الإرشاد، أو إثارة اهتمامات مرغوبة لجمهور معين من القراء أو المستمعين أو المشاهدين، فالكتابة الإعلامية كتابة هادفة.

2 –تحديد الجمهور: يتطلب من الكاتب أن يحدد بدقة من هو الجمهور المستهدف الذي يتوجه إليه بالكتابة، وما الذي يريده له أو يريده منه، فقد يكون الجمهور المستهدف من النساء أو الأطفال أو العمال أو الشباب كما قد يكون جمهوراً عاماً.

3 –التشويق وإثارة الاهتمام: أكثر الأعمال إبداعياً هي تلك التي تهتم بعمق المضمون وبالتجربة الإنسانية المعاشة ويتم عرضها في إطار من البساطة والسلاسة والفن الراقي والجمال المبدع أما العمل الذي يستثير ولا يصف فإنه لا يتجاوز المظهر المادي للتجربة ولا يمكن أن يعكس التجربة أو يغوص في أعماقها، والإثارة والتشويق الذي نقصده لا يعنيان الإبهار الأجوف أو العزف على وتر الغرائز مع افتقاد المضمون، والجودة لا تعني التعقيد كما أن السهولة والبساطة لا تعني السطحية أو الإسفاف أو إهمال القيم الجمالية والإبداعية والفنية.

4 –الخضوع للذوق والآداب العامة: وهذه الخاصية أو الاعتبار النابع من طبيعة الراديو والتليفزيون كوسيلتين تخاطبان الأسر وتوجدان داخل المنزل, دفع الكثير من المحطات إلى وضع عدد من اللوائح والضوابط التي تحدد ما يذاع وما لا يذاع وفقاً للاعتبارات الأخلاقية والأعراف السائدة والسياسة التي تنتهجها المحطة وتسير عليها. وفي المحطات العربية بالذات تؤكد مثل هذه اللوائح أو الضوابط على منع تقديم مواد الجنس والجريمة والمقامرة والعري وتناول الخمور أو المواد التي

تتعرض للأديان بشكل محرف أو مضلل أو خاطئ وعليه فإن هذه الضوابط تختلف من بلد إلى آخر حسب التقاليد والأعراف السائدة في كل منها.

5 –جوهر العملية الاتصالية ترجمة المشاعر والميول والانطباعات والتصوّرات الذهنية، بل الأهم من ذلك ترجمة الواقع من خلال لغة إعلامية لها رموزها ومصطلحاتها تمكّن الإعلامي من إيصال الرسالة. وبالطبع يمكن ترجمة المواقف والمشاعر الإنسانية من خلال المشهد والصور، لكن الكلمة تبقى الأشد قوة في تحديد المفاهيم والمجردات والكليّات، بل هي أدق في توصيف المطلق وكل التصوّرات العقلية والوجدانية والنفسية.

6 – أن تحمل الرسالة الإعلامية جديداً: يقول علماء الاتصال إنه يجب أن تظهر الرسالة الإعلامية في وسط قطبين أساسيين، القطب الأول هو الجِدّة، والثاني هو الابتذال (أي ما هو تكراري وراسخ في ذاكرة الرأي العام) الجِدّة والابتكار الشديدين يمكن أن يجعل الرسالة عقيمة غير مفهومة ولا يمكن تفكيك رموزها من قبل الجهور. أما الابتذال فهذا يعني أن تحمل الرسالة جديداً، قد لا يعني الجمهور أن تخبره عن شيء يعرفه، ولكن يعنيه أن تخبره بشيء لا يعلمه.

7 – الجدّة والإبداع في اللغة من حيث الشكل والقوالب والأفكار والمعتقدات، سمات تظهر في اللغة العربية، فالجدة والابتكار في الشكل والقوالب الفنية والأسلوب والمنهج واختيار العناوين والموضوعات على اختلافها في الواقع، و الأسلوب المتعلق بالابتعاد عن المبتذل المكرر والنمطي والخروج من عناوين ثابتة ودائمة وقيم لا تتبدّل، هنا لا بد من أشكال وقوالب فنية جديدة في العرض ولا بد من ملامستها للواقع الاجتماعي الثقافي بكل متغيراته.

8 – خرق المألوف: يجوز للغة الإعلامية خرق المألوف والأعراف والعادات والتقاليد، فالإعلام يترجم ميول وتطلعات ورغبات الجمهور، ويميل إلى متابعة الجديد والمبتكر والإبداعي وما يخرق العرف والعادات والسنن الاجتماعية، ولذا فإن الثبات والاستقرار الاجتماعي أو الاقتصادي وحتى السياسي، لا يشكل مادة إعلامية غنية لأنها تخرج عن ميول الناس. لذلك نجد موضوعات الجريمة والنصب وحوادث السير و...، كلها تطفو في الإعلام كأخبار سلبية وتطغى على تلك الإيجابية. إن الصراع والتحديات والحروب والمشاحنات السياسية و...، كلها تطغى في الإعلام على ما عداها.

9 – الارتباط بالزمن: يصبح الإعلام أسير اللحظة والنقل المباشر والفوري وهذا كله يضخم الوقائع والأفكار والمعتقدات والمشاحنات والنزاعات، ويمكن أن نعطي مثالاً واضحاً على هذا في مشاهدة مباراة رياضية منقولة مباشرة وبين مشاهدة المباراة نفسها مسجلة. وجميع البرامج في الإعلام المسموع

والمرئي تقدم وتنتهي في مواعيد ثابتة ومنتظمة سواء كان البرنامج يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً، فهناك برامج تستغرق خمس دقائق وأخرى تستغرق ربع ساعة وأخرى ساعة كاملة وذلك وفقاً لطبيعة البرنامج ونوعه والهدف منه ووفقاً للسياسة التي تنتهجها المحطة الإذاعية، ووفقاً لهذين الاعتبارين يتحتم أن يقع البرنامج في مدة زمنية محددة.

10 - الارتباط بالمكان: أي المجتمعات والحضارات التي تتوجه لها الرسالة، فكلما كانت الأحداث والوقائع والرسائل من التحديات، والحروب، و...، على قرب منا كلما كان التأثر شديداً وكلما نأت عنا كلما كان وقعها أقل وطأة حتى تكاد تختفي من ذاكرتنا واهتمامنا إذا كانت في أصقاع نائية لكن الرابط الوطني القومي أو العقائدي والإنساني يلغي المسافات.

معايير اللغة الإعلامية العامة

فوق المبادئ التي سبق الإشارة إليها ثمة معايير تحكم العمل الإعلامي، لعل أبرز هذه المعايير:

1 – **القرب**: ويقصد به عدة معان منها: القرب الزماني والمكاني والموضوعي فخبر اليوم له أولوية النشر على خبر الأمس، بينما إذا وقع حادثان أحدهما قريب "في العاصمة" وآخر في منطقة نائية أو بلد بعيد، أولوية النشر والإبراز للخبر القريب مكانياً من الوسيلة الإعلامية.

2– **الأهمية**: لكل موضوع أهمية نسبية؛ ولكل وسيلة إعلامية سياسة نشر تحدد ما الذي ينشر وما الذي يحفظ، ما الذي يرقى للنشر متقدماً وما الذي ينشر متأخراً ما الذي يحتاج لمساحة أكبر ووسائل إبراز؛ وما الذي يحتاج لاختصار.

3 – **الشهرة**: عناصر الشهرة تقوم على قاعدة الأسماء تصنع الأنباء، وأهل الشهرة في مجالات الحياة المختلفة يحظون بنسبة قراءة ومشاهدة واستماع مرتفعة، لذلك تحرص الوسيلة الإعلامية على نشر موضوعات تخص المشاهير. إن تقديم النموذج القدوة في اللغة والصورة كالقادة والقدوة والشخصيات تصنع الأحداث ولها دور كبير في التأثير في الرأي العام.

4– **عناصر الجذب**: ينجذب الناس لكل ما هو غير معتاد أو مألوف، وليس غريباً أن يعرض الجمهور عن متابعة بعض صفحات الصحف أو البرامج إن تكرر نشر مضامينها بالطريقة نفسها (النظرة الواحدة) وطريقة الإخراج نفسها. لذلك تعنى معظم وسائل الإعلام بنشر موضوعات الجريمة لما لها

من قوة جذب ترفع من أرقام التوزيع، كما أن نقل جزء من مسيرة هؤلاء وعاداتهم.. واقتباسات من تصريحاتهم وكلماتهم تضفي المصداقية والدقة على المادة، وبعض كلمات الزعماء والقادة وحتى السياسيين التقليديين تذهب مثلاً وتصبح دالة على اتجاه سياسي أو تفان أو تضحية.

5- **الدلالة والمغزى:** لكل ما ينشر في وسائل الإعلام دلالة معينة، ولبعض ما ينشر في بطون الموضوعات دلالة خاصة، إذا استطاع القائم بالاتصال أن يكشفها ويبرزها للقراء ويساعدهم على فهمها، وكثير من الأشياء يمكن التعبير عنها بإجراءات غير مباشرة؛ كنشر صورة شخصية تعبر عن حيرة وذهول لشخص متهم بالفساد، أو نشر موضوعين متجاورين لأعمال مؤتمر مروري عقد أمس والنتائج التي تمخض عنها، وحادث مروري مروع وقع اليوم، هذا النشر يعطي مغزى أن المؤتمر لم ينجح، فهل تطبق توصياته لتجاوز مثل هذه الآلام.

6 – **سياسة الوسيلة الإعلامية:** تنقسم وسائل الإعلام إلى عامةً وشعبية ومحافظة ومعتدلة، ولكل منها أسلوبه في التحرير والإخراج وما يلائم أحدها لا يلائم الآخر (أخذاً بالاعتبار أن هذا التقسيم ليس حدياً في الواقع)، والعلاقة مؤكدة بين المضمون والشكل فالمضمون الفاضح لا يلائمه الإخراج الوقور والعكس بالعكس.

7- التغطية الآنية للوقائع وتداعياتها (حين تتعذر التغطية المباشرة).

8 - تفسير الوقائع والأحداث والشخصيات فقط أو الإخبار عنها، الوقائع تشير إلى هذا التفسير وهنا تختفي ذات الكاتب ولا يظهر كوسيط وطرف في نقل الوقائع.

9 - دقّة الملاحظة: على الإعلامي أن يتميز بدقة الملاحظة خاصة حين تكون جزيئيات الحدث أو الوقائع ذات دلالات إنسانية أو سياسية أو اجتماعية، تهم الرأي العام أو ذات أهمية وقيمة خبرية. وللّغة الإعلامية أثرها أيضاً: وكلما أوغلنا في التخصيص كلما شعرنا بأهمية التغطية.

10 - الدرامية: يمكن إضفاء المزيد من الدرامية والإنسانية على الوقائع والأحداث من خلال توكيد وتكرار (متنوّع) للعناصر الدرامية في الحدث سواء أكان ذلك من خلال امتداد زمن المشاهد الدرامية والاقتبلسات والتصريحات والاستغاثات الإنسانية، أو من خلال بعض المؤثرات الأخرى (صراخ وندب النساء وعويلهم، ونداءات وهتافات المتظاهرين أو إبراز الأطفال المفجوعين والمنكوبين والأشلاء

منهم...). ويمكن أيضاً في اختيار المقابلات والأشخاص والزمان والمكان إضفاء المزيد من الدرامية في التغطية، وتؤدي المؤثرات الموسيقية أيضاً دوراً كبيراً في المسموع والمرئي.

11 – تغطية الوقائع والأحداث ذات الدلالة والمرتبطة بالعناصر الخبرية واستخدام الإيحاء: بعض التفاصيل في التغطية تكون ذات أهمية كبرى أو تشكل جزءاً لا يتجزأ من عناصر الخبر كالأسماء والتواريخ وحتى الكتب والمؤلفات ومضامينها وبعض الرموز والأشياء أو المقتنيات والآثار والانفعالات، ففي التظاهرات والمسيرات والإضرابات والاعتصامات تتحول الأعلام والشعارات والنداءات والوقائع الصغيرة إلى تفاصيل جوهرية في نقل الحديث.

12 – اللغة الإعلامية تقوم على فكرة التوثيقالعلمي أو توثيق الوقائع والحقائق، وقد يكون توثيقاً أكاديمياً، أو توثيقاً مباشراً (المعاينة) توثيقاً يستند للدراسات والأبحاث، أو توثيقاً مِنْ شاهد عيان.

13 – في التغطية الإعلامية لا بد من البحث عن موضوعات أو عن عدد محدد من الوقائع الإخبارية التي تشكل أمثلة نموذجية تجسد حالات، مع ضرورة الانتباه إلى عدم تكرار النماذج، فللقاعدة العامة في الكتابة هي ألا تتكرر النماذج التي يتم استعراضها بل يجب أن يقول كل من هذه النماذج اتجاهاً أو جانباً من جوانب المشكلة، أما التعارض والاختلاف في النماذج فيعكس صراعاً ويعرض واقعاً.

14 – التنوّع والتعددية يجب أن تعكس الواقع: كذلك التنوع في المشاريع وألوان الطيف الثقافي والاجتماعي والسياسي، شرط أن يكون اختيار الحالات التي تترجم الواقع أميناً دون عرض أو تطرق إلى ما هو شاذ وخارج عن العرف والتقليد الاجتماعي أو السياسي.

المعايير المتعلقة بدلالة اللغة الإعلامية

تشير الدلالة إلى علم دراسة المعاني والتوقف عند المعاني التي تثير مشكلات عديدة عند محاولة تحديد المقصود. فلم تكن دراسة المعنى مقصورة في يوم من الأيام على المجال اللغوي فقط، وإن كانت تنتمي في الأساس إلى الدراسات اللغوية، والدلالة اللغوية تمثل علاقة متبادلة بين الدال والمدلول. والدال هو اللفظ المنطوق والمدلول هو المعنى، وهى علاقة تمكن كلاً منهما من استدعاء الآخر، فليس اللفظ

وحده هو الذي يستدعى المدلول، بل أن المدلول أيضاً يمكن أن يستدعى اللفظ. فمن المتعارف عليه أن إفهام القارئ ما يريده الكاتب يعد هدفاً أساسياً للكتابة الإعلامية، ولا بد أن تكون دلالة الألفاظ داخل النص الإعلامي واضحة ومفهومة بالنسبة للقارئ حتى يستوعب مضمون النص. فاللفظ داخل المعجم يوجد مجرداً من السياق الذي يحدد معناه بدقة سواء كان سياقاً لغوياً أم سياقاً اجتماعياً.

وترتبط لغة الإعلام وبخاصة في قاموسها اللفظي بالظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تعمل فيهاالوسيلة الإعلامية.

معايير متعلقة بـتعددية المعاني [3]

إن امتلاك اللغة هو أحد الشروط المهنية للإعلامي، إذ إن عدم معرفة قدرات اللغة وعدم معرفة استعمال هذه القدرات من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة، يجعل الإعلامي غير مقنع، إن معنى بعض الكلمات والتعبيرات لا يتوقف عليها ذاتها فحسب، بل وعلى ما حولها، إذ أن الكثير من الاتفاقات بخصوص استخدام الكلمات لا تصاغ بصورة جلية، إنها تفترض فقط، حيث إن جميع الكلمات تقريباً لا تمتلك معنى واحداً بل عدة معان، فالأشياء ذاتها يمكن أن تسمى أحياناً بأشكال مختلفة، أو يمكن أن تمتلك مجموعة من التسميات، فإحدى الصعوبات الأساسية للفهم المتساوي للمتكلمين تكمن في أن الكلمات على العموم متعددة المعاني وتمتلك معنيين وأكثر [4]. فتعددية المعاني في الكلمة الواحدة أمر لابد إدراكه، وعلى الصحفي أن يحسن استخدام الكلمة في الموضع الذي لا يمكن أن يقدم إلا المعنى المراد إيصاله إلى المتلقي، وإذا كانت قابلية القراءة تتوقف على اهتمام القارئ وخبرته فإن الرسالة الإعلامية تفقد قيمتها عندما ينعدم الفهم أو تتعدد المعاني في الرسالة الواحدة، إن لكل جماعة مجموعة من التصورات والاتجاهات تتحكم في سلوكها وفي نظرتها للأشياء، فالإنسان يعيش في عالمين عالم خارجي موضوعي وعالم ذاتي باطني هو مجموعة تصوراته للعالم الخارجي أو مجموعة المفاهيم والدلالات[5]، ولا يستطيع الإعلامي أن ينجح في تحقيق هدفه إلا إذا عرف هذه العوالم الباطنية أو التطورات الخاصة أو الدلالات الحقيقية للأشياء في ذهن المستقبل، ذلك أن لكل فرد عالمه الخاص

---

3 عماد حسين أحمد، -http://www.tollabwashabab.com

4- عطا الله الرمحين: المنطق واللا منطق في الخطاب الإعلامي، مطبوعات جامعة دمشق، ص 93-96.

5 -. عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص97

وتصوراته الذاتية المشتقة من بيئته وثقافته، ويخطئ الإعلامي حين يظن إن ما يقدمه من معلومات وأفكار سوف تفهم بالطريقة التي يفهمها هو بها، فهناك عقبات عديدة في سبيل ذلك مثل التحيز والتعصب والخرافات والأوهام بالإضافة إلى السن واللغة والدين والاتجاهات.

معايير متعلقة بـالمستوى اللغوي المناسب

تقوم اللغات المشتركة دائماً بين أفراد وجماعات، تختلف لديهم صور التكلم، والظروف التاريخية هي التي تفسر لنا تغلب هذه اللغة[6]، وهذه السمة عامة لكل لغة مشتركة، إذا أتيح لها أن تنتشر في قطر من الأقطار أو في دولة من الدول، أخذت العناصر المشتركة التي تدخل في تكوينها، ويؤدي ذلك إلى النزول بمستواها كلما ازدادت انتشاراً وازدادت العناصر التي تستعيرها من صور اللهجات المحلية، وقد فرضت طبيعة المتلقي من حيث ثقافته وطبقته الاجتماعية على كتّاب الصحف والبرامج الإذاعية (مسموعة – مرئية) على نحو عام مستوى لغوياً معيناً هو مستوى الفصحى، إلا أن الفصحى يتفاوت في فهمها ذلك الجمهور العريض من المتلقين بمختلف فئاته وطبقاته. والكاتب الصحفي لا يريد إن يخاطب فئة أو طبقة دون الأخرى بل يريد مخاطبة الجميع [7].

وتحرص اللغة الإعلامية على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، كما أنها تحاول الحرص على خصائص أخرى من بساطة وإيجاز ووضوح ونفاذ مباشر وتأكيد وأصالة وجلاء واختصار [8]، ذلك لأن كل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من قبل الجمهور المستقبل كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة أو الاستماع، أما أنواع التورية وازدواج المعاني أو الهالات الانفعالية حول الألفاظ وغيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى المعاني الخاصة في الشعر فهي بعيدة تماماً عن لغة الإعلام لأنها تقطع تيار الاتصال الذي يجب أن يظل مجراه صافياً[9]. وكل كلمة يتضمنها النص الإعلامي يجب أن تكون مفهومة من عامة القراء وجمهور المستقبلين، ولهذا تظهر بلاغة اللغة الإعلامية من علامات الزمن في أفعال لغتها الأم [10] لأن عامل الوقت يلعب دوراً رئيسياً في تغطية

6- محمد عبدو فلفل: اللغة العربية بين الثبات والتغيير، مجلة المعرفة السورية، العدد 1997،403، ص115.
7- محمد نادر السيد: لغة الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص38-39.
8- عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص134.
9- المرجع السابق، ص135.
10- مرجع سابق، ص135.

الأخبار وتحريرها وإخراجها من جهة، كما يتميز الإعلام بالدورية والإيقاع من جهة أخرى، فهو يروي حدثاً بعينه في إطار زمن محدد، فاللغة التي تدل على الزمن بعلامات مقررة في الفعل أنسب وأصلح للإعلام من اللغة التي خلت من تلك العلامات وبمقدار الدلالة تكون هذه اللغة الإعلامية أكثر من تلك. إن الكلمات لا تستعمل في واقع اللغة الإعلامية تبعاً لقيمتها التاريخية، ذلك أن للألفاظ في الإعلام قيمة وقتية أي محددة باللحظة التي تستعمل فيها وقيمة المفردات خاصة بالاستعمال الوقتي الذي تستعمله، وقد تمر لحظة تستعمل فيها كلمة ما استعمالاً مجازياً، ولكن هذه اللحظة لا تطول لأن اللفظة في اللغة ليس لها إلا معنى واحد في الوقت الواحد[11].

إن استخدام اللغة العربية بشطريها الفصيح والعامية في وسائل الإعلام ومدى ملائمة وعدم ملائمة كل منهما في الوقت نفسه، أدى إلى ظهور تيارين، تيار يؤيد استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام والآخر يرفض هذا المبدأ داعياً إلى استخدام العامية بدلاً منها، إذ يرى التيار الأول أن استخدام العاميات تعد فساداً للغة والثقافة، وأن اللغة العربية الفصحى تؤدي إلى فوائد عدة منها تنمية الحس الفني لجمالية اللغة وخلق مناعة مستمرة تجاه عوامل التجزئة على الصعيد القومي والوطني، بينما سيؤدي استخدام العامية إلى تكريس التجزئة الوطنية والقومية وبالتالي هي انتحار. بينما يرى التيار الآخر أن واقع الحال يفرض استخدام العامية فهي اللغة المشتركة الأقرب إلى فهم الجمهور[12]. ويرى بعض الباحثين[13] جنوح اللغة الإعلامية إلى الاستعانة بالعاميات لأسباب منها إن وسائل الإعلام الجماهيري صنعت جمهوراً إعلامياً يضم شرائح أمية أو شبه أمية أبجدياً وثقافياً مما جعل الفصحى تشكل حائلاً اصطلاحياً وتواصلياً وتأثيرياً لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العاميات، واعتقاد بعض الوسائل الإعلامية التي تدخل العاميات إلى أغلب موادها، أن ذلك هو الوسيلة المثلى لاستقطاب الجمهور، مدفوعة باعتقاد أن مواكبة العصر والتطور ومحاكاة الأمم الأكثر تقدماً تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات، والمضامين الهابطة لبعض المواد (البرامج) وخاصة الترفيهية، تحتم استخدام العاميات، لأن الفصحى لا تلاؤم بطبيعتها مع هذا النوع من الثقافات الترفيهية، وأخيراً تمسّك بعض الأوساط الثقافية والأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حد التعصب دفع العديد من القائمين على الإعلام نحو التخلي التدريجي عن اللغة الفصحى[14].

11- المرجع السابق، ص136.
12- كمال الحاج: الإعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، 1998م، ص406.
13- منهم الدكتورة فريال مهنا.
14- كمال الحاج: الإعلام النامي، مرجع سابق، ص407.

معايير متعلقة بالأسلوب الإعلامي

وثمة معايير تتصل بـالأسلوب الإعلامي البليغ حيث يمكن حصر مكوناته بأربع مكونات أساسية هي:

1 –ما يتصل بالصحة النحوية والصرفية وهي تحديد أبنية الكلمات من حيث ما طرأ عليها من تغيير أو تبديل من جانب، وضبط العلاقات التي تربط بينها من خلال حركات الإعراب وعلامات البناء من جانب آخر، وأصول النطق أو الهجاء السليم لأنه يحدد المعنى ويجلوه من طرف آخر.

2 –ما يتصل بالصحة المنطقية، وهي ضرورة أن ترتبط بالبناء الفكري للنص الصحفي بعامة، والجملة بصفة خاصة، بحيث تأتى النتائج والأحكام، متفقة مع المقدمات، وأن تنتظم الفكرة الواحدة في عقد منظوم مع الأفكار، المرتبطة بها، أو المكملة لها خلال السياق أو المضمون الواحد، وتتضمن الصحة المنطقية أن ينتظم الكلام إيقاعاً فكرياً داخلياً، لا تتناقض فيه المعاني مع بعضها بعضاً ولا تتعارض مع ما ينشد الكاتب من دعوة إلى رأي أو قيمة من القيم الإنسانية من ناحية ولا تتناقض مع الحقيقة من ناحية أخرى سواء كان ذلك في ميدان العلم أو التاريخ أو الحياة أو الطبيعة.

3 - ما يتصل بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغة: ويقصد بها أن ينحت الأسلوب وفقاً لمتطلبات الأساليب العربية الفصيحة ويحقق شروط البلاغة، ولا تناقض هنا بين هذا المطلب أو هذا المكون وطابع البساطة واليسر والوضوح في لغة الإعلام.

4 - ما يتصل بالصحة الأسلوبية الخاصة أو الإعلامية: ويقصد بذلك محاولة لغة الإعلام إلى جانب المحافظة على المكونات الثلاثة السابقة، أن تحافظ على خصائص أخرى في الأسلوب من أهمها: البساطة والإيجاز والتأكيد والأصالة والاختصار والصحة.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة أن اللغة الإعلامية نمت في رحم وسائل الاتصال الجماهيري، وأنتجت لغة خاصة لا تنفصل عن الزمان والمكان والمجتمع الإنساني، وللغة الإعلامية مجموعة مبادئ مستمدة من المبادئ العامة التي يقوم عليها الإعلام بعامة، ويمكن تصنيف مبادئ اللغة الإعلامية في مستويات عدة **مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الإعلام** الصدق، والعدالة والإنصاف، والنزاهة، والمسؤولية، واحترام الكرامة الإنسانية) و**مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الممارسة الإعلامية** تحديد الهدف، وتحديد الجمهور، والتشويق وإثارة الاهتمام، والخضوع للذوق والآداب العامة، وترجمة المشاعر والميول والانطباعات والتصوّرات الذهنية، وتحمل جديداً، والجدّة والإبداع، وخرق المألوف، والارتباط بالزمن، والارتباط بالمكان) و**معايير اللغة الإعلامية العامة القرب، والأهمية، والشهرة، وعناصر الجذب، والدلالة والمغزى، وسياسة الوسيلة الإعلامية**، والتغطية الآنية للوقائع وتداعياتها، وتفسير الوقائع والأحداث والشخصيات فقط أو الإخبار عنها، ودقّة الملاحظة، والدرامية، وتغطية الوقائع والأحداث ذات الدلالة والمرتبطة بالعناصر الخبرية واستخدام الإيحاء، وكما تقوم على فكرة التوثيق العلمي أو توثيق الوقائع والحقائق، والبحث عن موضوعات أو عن عدد محدد من الوقائع الإخبارية التي تشكل أمثلة نموذجية تجسد حالات، والتنوّع والتعددية) و**معايير متعلقة بدلالة اللغة الإعلامية** ترتبط بخاصة في قاموسها اللفظي بالظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تعمل فيها الوسيلة الإعلامية. و**معايير متعلقة بتعددية المعاني** و **معايير متعلقة بالمستوى اللغوي المناسب حيث** تحرص اللغة الإعلامية على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، كما أنها تحاول الحرص على خصائص أخرى من بساطة وإيجاز ووضوح ونفاذ مباشر وتأكيد وأصالة وجلاء واختصار، و**معايير متعلقة بالأسلوب الإعلامي** وثمة معايير تتصل بـالأسلوب الإعلامي البليغ يتجلى بالصحة النحوية والصرفية، وبالصحة المنطقية، وبالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغة، وبالصحة الأسلوبية الخاصة أو الإعلامية.

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- مبادئ اللغة الإعلامية المستمدة من الإعلام:

A. الصدق
B. العدالة والإنصاف
C. النزاهة
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

2- العدالة والإنصاف: هو مبدأ يلغي الانحياز ويهدف إلى عدة أشياء:

A. إن المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات
B. توخي الحكمة في عرض الموضوعات والصور والابتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة والتهويل والإثارة الرخيصة
C. اختيار ألفاظ خاصة بكل مؤسسة إعلامية ولكل وسيلة إعلامية
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة D

3- يرى "برنار فويان" أن اللغة الإعلامية تحكمها مبادئ أساسية هي:

A. الجانب الإنساني
B. النزول إلى مستوى العموم
C. السلطة
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

4- يترجم الخضوع للذوق والآداب العامة عملياً من خلال:

A. وضع عدد من اللوائح والضوابط التي تحدد ما يذاع وما لا يذاع وفقا للاعتبارات الأخلاقية والأعراف السائدة والسياسة التي تنتهجها المحطة وتسير عليها

B. تقديم الصور والرسوم الفكاهية

C. تقديم الصور المقارنة بين الأشياء

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة A

5- يقصد بخرق المألوف في الرسالة الإعلامية:

A. الميل إلى متابعة الجديد والمبتكر والإبداعي وما يخرق العرف والعادات والسنن الاجتماعية

B. *الميل إلى* الثبات والاستقرار الاجتماعي أو الاقتصادي وحتى السياسي

C. الميل إلى تحطيم القواعد الاجتماعية السائدة في المجتمع

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة A

6- من معايير اللغة الإعلامية العامة:

A. القرب

B. الأهمية

C. الشهرة

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

7- يقصد بعناصر الجذب أن:

A. الناس ينجذبون لكل ما هو غير معتاد أو مألوف

B. استخدام شعارات معينة أو كلمات براقة

C. شعارات الجمهور أو المتعاملين بالراحة

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة A

8 – ثمة معايير تتصل بالأسلوب الإعلامي البليغ منها:

A. ما يتصل بالصحة النحوية والصرفية وهي تحديد أبنية الكلمات من حيث ما طرأ عليها من تغيير أو تبديل

B. ما يتصل بالصحة المنطقية، وهي ضرورة أن ترتبط بالبناء الفكري للنص الصحفي عامة، والجملة بصفة خاصة

C. ما يتصل بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغة

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

المراجع

1. أبو الهلال العسكري، التلخيص في معرفة أسماء الأشياء، ج1.

2. أمينة زينب، خصائص اللغة الصحفية، بالاعتماد على موقع:
http://www.philadelphia.edu.joacademicsmarah89uploadswith-journal-language.pdf.

3. عماد حسين أحمد، بالاعتماد على موقع:
http://www.tollabwashabab.com

4. عطا الله الرمحين، المنطق واللامنطق في الخطاب الإعلامي، مطبوعات جامعة دمشق، 2001م.

5. عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، بيروت، دار الجيل، 1991م.

6. محمد عبدو فلفل: اللغة العربية بين الثبات والتغيير، مجلة المعرفة السورية، العدد 403، 1997م.

7. محمد نادر السيد، لغة الخطاب الإعلامي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1994م.

8. كمال الحاج، الإعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، 1998م.

الوحدة التعليمية السابعة

اللغة الإعلامية بحسب الوسيلة الإعلامية

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

التعرف على اللغة الإعلامية بحسب الوسيلة الإعلامية، من خلال:

- التعرف على لغة الإعلام المطبوع.
- التعرف على لغة الإعلام المسموع.
- التعرف على لغة الإعلام المسموع/المرئي.
- التعرف على لغة الإعلام الإلكتروني.
- التعرف على المشترك في لغـة الإعلام السمعي والبصري.

خصائص اللغة الإعلامية بحسب الوسيلة الإعلامية

يجمع خبراء الإعلام على ضرورة فهم الكاتب الإعلامي طبيعة وخواص الوسيلة التي سيعرض من خلالها ما كتبه، لأن ما كتبه تصوير للأفكار والمعلومات والوقائع والمفاهيم التي رآها بعينيه وسمع عنها بأذنيه. ولن يكون قادراً على ذلك بأي حال من الأحوال ما لم يفهم احتمالات وحدود الوسيلة التي يكتب لها، وأن يتعرف على خواصها وطبيعتها وجمهورها، وما يمكن أن تقدمه له من إمكانات أو مدى ما تقيده به من قيود أو حدود، ولاسيما أن لكل وسيلة حدود وإمكانات لا تستطيع تجاوزها. وعلى ذلك يمكن القول بأن الكاتب الإعلامي هو الشخص الذي يتقن استخدام الإمكانات الفنية للوسيلة الإعلامية التي يكتب لها.

ومما لاشك فيه ثمة خصائص مشتركة في اللغة الإعلامية بعامة، لكنها تتمايز عن بعضها بحسب الوسائل الإعلامية.

لغة الإعلام المطبوع

كانت الصحافة المطبوعة من أول وسائل الإعلام ظهوراً في العالم، وهي تؤدّي دوراً مهماً في نشر الوعي بين أفراد المجتمع، فضلاً عن التواصل بين الشعوب والأمم المختلفة، ومن أهمّ خصائص الإعلام المطبوع الاستمرارية والانتظام، **كما أنه أقدر على الاحتفاظ بالمعلومات المنشورة فيه لمدة طويلة، والاستفادة منه مستقبلاً كمصدر معلوماتي قابل للمراجعة والبحث والتقييم، والمطبوعات وسيلة إعلامية يستطيع القارئ أن يقرأها في الوقت الذي يناسبه ويتفق مع ظروفه، وتمتاز المطبوعات بقدرتها على نشر الموضوعات المطولة بما تحتوي من تفاصيل إذا كانت الحاجة لها ملحة، كما أنها الأقدر على نشر موضوعات طويلة مثل البحوث والدراسات، وتستخدم المطبوعات بنجاح أكثر مع الجماهير النوعية (المتعلمة) والمتخصصة، مثل جمهور العمال والفلاحين أو المعلمين أو الطلبة.**

وتمتاز المطبوعات عن غيرها من وسائل الإعلام بحاجتها إلى مساهمة أكبر من جانب جمهورها بدرجة تفوق المساهمة المطلوبة لجماهير وسائل الإعلام الأخرى، لأنها تحتاج إلى فعل قرائي

يمكن هذا الفعل القارئ القدرة على التخيل والتفسير والمشاركة. وتزداد فعالية المشاركة عند اختيار ألفاظ وعبارات مغرية، ووضوح في المقاصد والأهداف لأن الكلمة المطبوعة تتطلب هذا الوضوح.

وتحقق لغة الإعلام المطبوع نجاحاً من خلال مضامين الموضوعاتالمنشورة وطريقة وأسلوب المعالجة، لذلك كان الإعلام المطبوع ولاسيما الصحف البيئة الحاضنة لولادة الفن الصحفي الذي يعرّف بأنه فن التغلب على عقبات الفهم ويسر القراءة. فعلى الصحفي أن يختار رموزه (كلماته وصوره ورسومه وعناوينه) ويقدمها بعناية تامة، ويعرف مدى سرعة القراءة لدى القارئ، ومدى التركيز على الكلمات أو مجموعات الكلمات ومدى ما يستوعب في ذاكرته من المعاني المؤقتة حتى ينتهي من قراءة الجملة، على أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة، أما فنون التورية وازدواج المعاني والهالات الانفعالية حول الألفاظ وغيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى تداعي المعاني، فهي بعيدة تماماً عن الفن الصحفي.

ولذلك اتجهت اللغة الصحفية إلى "النزعة الوظائفية الإخبارية"، أكثر مما اعتنت بالجمالية الكامنة في اللغة. وربّما اعتبرت هذه النزعة من مميزات الصحافة، حيث استطاعت بسببها أن تنشئ لغة تجمع بين فصاحة العبارة وسهولتها، فقرّبت الفصحى من أذهان العامة.

وأخذت الصحف تجزّء الرسالة الإعلامية في وحدات خبرية وعناوين ومقدمات وأعمدة معدودة وصفحات محددة، هذا الإخراج للرسالة يقول لغة واحدة تحاول تقديم وإبراز الحدث من خلال المساحة والمكان والعنوان والألوان، وهو ما يفترض اهتماماً خاصاً بجميع هذه العناصر المكونة للرسالة الإعلامية التي تظهر بقوة في صفحات الصحف.

لغة الإعلام المسموع

يعرف معجم مصطلحات الإعلام الكتابة للإذاعة بأنها "الكتابة باللغة التي يستعملها الناس عادة، والتي تتميز بالإيجاز، والوضوح، لإثارة اهتمام عامة الناس، كما تكتب للحديث، لا للقراءة[1]ففي الإذاعة تحل الأذن محل العين، صحيح أن جميع العبارات المذاعة، تقرأ من نصوص مكتوبة، ولكنها معدّة بحيث يصيغ لها الجمهور، وليست معدّة للقراءة، وإذ يتلقى المستمع الرسائل المذاعة، فإنها لا

[1] - نور الدين بلبيل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، http://www.arabna.info/vb/search.php

تلبث أن تنقضي سريعاً، وتزول بمجرد سماعها. فالكلام المنطوق –على نقيض المطبوع– لابد له من أداء مهمة الاتصال من اللحظة الأولى، فالكلام حين يكتب، ويدون، يمكن قراءته، وإعادة قراءته، أما حين ينطق يتلاشى[2]. وتتكون المادة الإعلامية الإذاعية عموماً من عدة عناصر، وهي الكلمة المنطوقة، والمؤثرات الصوتية، والموسيقى، والحضور الإنساني المباشر.

ونجد في لغة الإذاعة والتلفزيون اختلافاً عن لغة الإعلام المطبوع فالنص الذي يكتب خصيصاً للإذاعة يتطلب التعبير الذي قد يكون طبيعياً بالنسبة لنا، لذلك يفكر الكاتب الذي يكتب للإذاعة والتلفزيون في الكيفية التي سيكون عليها وقع الكلمات، وتكويناتها، على أذن المستمع[3]

وتتميز لغة الإذاعة بالوضوح، والاقتصاد، والسلاسة، حتى تصل إلى جمهور المستمعين في وضوح يساعد على الفهم والمشاركة في تتبع المضمون. ومن جهة أخرى كان على هذه اللغة المذاعة أن تراعي أن من أصول الإلقاء الإذاعي تقدير القيمة الصوتية للألفاظ، والتدقيق في استخدامها، وفي معرفة وقعها الحقيقي على الأذن. وفي ذلك كله، ما يتجه بهذه اللغة المذاعة إلى الاقتصاد في عدد الألفاظ، والاقتصار على القدر المطلوب لتحقيق الفهم والمشاركة[4] ويتمثل الأسلوب الإذاعي، في شخصية الإذاعي، وفي بنية جملته، واختيار ألفاظه، وفي نبرات صوته، وفي إلقائه، والبشاشة التي تصدر من كلمته وابتسامته (عبر الميكروفون) [5] والمستمع يستنجد بخياله الخاص، لتصوير المنظر، والصحفي الإذاعي الممتاز هو الذي يستطيع أن يصور المنظر بدقة وإتقان وعليه أن يرسم بالكلمات صوراً حية [6].

وعلى اللغة الإذاعية أن تراعي أصول الإلقاء الإذاعي وتقدير القيمة الصوتية للألفاظ، والتدقيق في استخدامها، ومعرفة وقعها الحقيقي على الأذن، وفي ذلك كله ما يتجه بهذه اللغة المذاعة إلى الاقتصاد في عدد الألفاظ، والاقتصار على القدر المطلوب، لتحقيق الفهم والمشاركة[7]. لذلك يسعى رؤساء التحرير في محطات الإذاعة في العالم على نحو مستمر إلى مراجعة المواد الإذاعية، حيث يكون اختيارهم للكلمات مقصوداً، وقائماً على دراسة دقيقة لطبيعة اللغة المستخدمة، والإطار الدلالي للألفاظ، أو مدى ما تحدثه من تأثير [8].

---

[2] - المرجع السابق.
[3] - المرجع السابق.
[4] - المرجع السابق.
[5] - المرجع السابق.
[6] - المرجع السابق.
[7] - المرجع السابق.
[8] - المرجع السابق.

ويشترط في اللغة الإذاعية أن تتسم بالشمول، والسرعة، والمباشرة، والواقعية، وأن تستخدم أقل عدد ممكن من الألفاظ، للتعبير عن أكبر عدد ممكن من الأشياء، في وضوح وبساطة، وإيجاز، وتأثير[9]. والاعتماد المباشر على أسلوب التخاطب والحوار، والقدرة على اجتذاب الجمهور، وتحديات الوقت تفرض على الإذاعة قيدين هما :

- أولاً: إن صحافيي الصحافة الإذاعية مجبرون على اختصار أخبارهم، بحيث لا يمكنهم التطرق إلى كل مواضيع الأحداث، التي تتناولها الصحافة المكتوبة، ثم إن تحقيقاتهم لا تتضمن الكثير من التفاصيل، كما هو الشأن في الصحافة المكتوبة.
- ويتمثل القيد الثاني في: صعوبة الوصول إلى أحسن نتيجة من خلال حصر وضغط الكتابة، ومن هنا فإن الجمهور لا يمكنه الحصول على أكبر قدر من المعلومات انطلاقاً من الاستطلاع المسموع.

ومن أبرز خصائص لغة النص الإذاعي الجيد:

1- أن يحتوي النص كلمات بسيطة سهلة النطق واضحة الألفاظ والمعاني، مألوفة لدى عامة الناس، لا تحمل أكثر من معنى إلا المعنى الذي يقصده الكاتب، وهي مباشرة بسيطة الألفاظ واضحة المعنى، تتسم بالسرعة والحيوية والنشاط والتشويق.

2- الكتابة الإذاعية الجيدة تتركب من جمل سليمة التراكيب وأنسب الألفاظ للتعبير عن الفكرة، والابتعاد عن استخدام التراكيب المعقدة، ويستحسن استخدام صيغة الفعل المضارع في لغة الإذاعة المسموعة والمرئية، كما يفضل الفعل المبنى للمعلوم، والابتعاد عن الجمل الاعتراضية.

3- يجب أن يتسم النص الإذاعي بالإيجاز والاتجاه المباشر نحو الهدف.

4- أن يتذكر الكاتب الإذاعي أنه يتحدث إلى صديق، هو المستمع أو المشاهد، وبالتالي عليه الكتابة بطريقة سهلة متدفقة، وبلغة يغلب على كلماتها طابع المودة والبساطة والألفة.

6- يفضل ألا يزيد عدد كلمات الجملة الإذاعية الواحدة عن قدرة المذيع على النطق بها في نفسٍ واحد.

7- أن تسعى الكتابة الإذاعية جاهده لتشويق المستمع وجذبه لأداء المذيع المتحمس للنص الإذاعي.

8- لا تبدو بساطة ويسر وسهولة الجمل الإذاعية إلا عند النطق بها بصوت مسموع، فقد تبدو بسيطة للكاتب أثناء الكتابة، لكنها – عند النطق بها – تبدو أحياناً صعبة النطق والفهم. لذا فإن الكاتب الإذاعي الجيد هو من يقوم بقراءة نصه بصوت مسموع لذاته على الأقل حتى يختبر جرس الكلمات ومدى انسيابها وبساطتها أو قوتها ومدى أدائها لدورها المنشود في النص الإذاعي.

9- نظرا لتمتع الإذاعة بخاصية الفورية في النقل، فإن المستمع لا تتاح له فرصة متابعة المادة الإعلامية إلا مرة واحدة (في معظم الحالات).

[9]- المرجع السابق.

10- التنوع في طول الجملة الإذاعية يجعل الكلام والمعنى أكثر تشويقاً وجاذبية للمستمع.
11- النص الإذاعي الجيد هو الذي يحوى فكرة واضحة تحتوى على قدر كبير من المنطق والتوازن النفسي والعاطفي والمناسبة لجمهور الوسيلة الإعلامية.
14- يجب أن يتناسب النص الإذاعي مع المدة المحددة للبرنامج وتوقيت البث. فما يذاع بعد منتصف الليل يختلف – بالضرورة – عما يذاع في الصباح أو في الظهيرة.
15- الكتابة الإذاعية الجيدة تبتعد عن الحشو اللفظي الذي يعد من عناصر التشويش في استقبال الرسالة الإعلامية، لذلك يجب أن ينأى الكاتب الإذاعي عن الإسهاب في استخدام أسماء الموصول التي قد تعود على الفاعل وقد تعود على المفعول به، وأن يبتعد عن استخدام كلمتين متشابهتين في النطق، مختلفتين في المعنى في جملة واحدة، حتى لا يساء سماعها من جانب المتلقي .
16- عند استخدام الأرقام، يفضل أن تحول إلى أرقام كاملة، ويجب أن تكتب الأعداد الكبيرة جداً بالكلمات والأرقام معاً، فرقم 920000000 ليرة تصبح 920 مليون ليرة.
17- تصبح **اللغة الإذاعية** مؤثرة في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع عندما يكتمل التناغم بين المحاور الثلاث (المحتوى التحريري "المادة الخام") اللغة (التحرير) والمذيع، وفي حالة التناغم بين المحاور الثلاث تحقق **اللغة الإذاعية** أثرها المفيد في حياة الشعوب، وفي الارتقاء بالذوق الفني، والحضاري في شتي جوانب الحياة [10].

لغة الإعلام المسموع/المرئي

عندما بدأ عهد التلفزيون في العالم العربي أخذ من الإذاعة تقاليدها اللغوية السليمة في الأخبار والتعليقات وما يتصل بهما. ولكن اعتماد التلفزيون على الأفلام والمواد الإعلانية والمسلسلات، واهتمامه بالإبهار البصري جعل القضية اللغوية تتعقد، وأتاح تكوّن تصوراتٍ تكاد تقصر دور التلفزيون على المهام السياسية والترفيهية، وتجعل للثقافة دوراً تابعاً، ولا تضع في الاعتبار أن دور التلفزيون في تشكيل الواقع اللغوي يعد حاسماً بالنسبة للمستقبل، بعد التطورات التي شهدها البث وانتشار التلفزيون، ثم النقل عن طريق الأقمار الصناعية والتي جعلت للتلفزيون أثراً لغويّاً يتجاوز الإذاعة المسموعة.

فـالرسالة التلفزيونية تخاطب العين وتأسرها ولكن المساحة الزمنية والشريط المصور وتقديم الحدث في الزمان الإخباري هو العامل المهم الذي يضفي القيم الخبرية والأهمية على الأحداث وينزعها عن

[10]- الإذاعة المدرسية وتطبيقاتها، http://www.bu.edu.eg

غيرها من الوقائع. وهذه الصورة الكلية للأحداث تقتضي تقطيعاً لها في وحدات وأعمدة وكادرات وأطر تجعلها كلاً واحداً.

ويتسم التلفزيون كوسيلة إعلام مرئية بخصائص وسمات تختلف عن الوسائل الإعلامية الأخرى وخصوصاً وأن التطورات التقنية في مجال تكنولوجيا الاتصال صاحبها تطورات اجتماعية وثقافية دفعت بعلماء الاجتماع وخبراء الإعلام لإعداد أبحاث للتعرف على طبيعة هذه الوسيلة، ويمكن تناول أهم الخصائص التي تميز التلفزيون في الآتي:[11]

1- يجمع التلفزيون إمكانيات وقدرات الإذاعة والسينما، فيجمع بين الصوت والصورة والحركة، وبذلك يوفر على المشاهد الانتقال من بيته إلى دور السينما.
2- يحتاج التلفزيون إلى تركيز واستثارة لحواس أكثر لأن المشاهد يتعامل مع إمكانيات متعددة تثير حواس البصر والسمع، وتتطلب منه المتابعة والتركيز وقراءة عناصر المشاهد الأخرى كالديكور والإكسسوار والموسيقى والإضاءة وغيرها من مستلزمات بناء المشهد التلفزيوني.
3- يعد التلفزيون أقرب إلى الاتصال المواجهي، حيث يجمع بين الصورة والصوت والحركة واللون وهي محددات الأشياء في الاتصال المواجهي، ويتميز عن الاتصال المواجهي في أنه يستطيع تكبير الأشياء الصغيرة وتحريك الثابت منها.
4- يعد التلفزيون أكثر قوة من الوسائل الأخرى، لأنه يجذب المشاهد وقتاً أطول ويحتاج منه إلى اهتمام وتركيز وانتباه أكثر.
5- أصبح التلفزيون بفضل انتشاره في بعض الدول الوسيلة الجماهيرية التي تصل إلى كل الفئات في كل مكان.

لذلك يرى كثير من الباحثين أن لغة الإعلام المرئي لغة تختلف كثيراً عن اللغات الأخرى حيث أنها لغة صورة في المقام الأول تتميز بالسمات الآتية:[12]

1- قصر الجمل والعبارات فلا ينبغي كتابة الجمل الطويلة، ولا يصح الاعتماد على الجمل الاعتراضية، وبذلك يسهل على المستمع التقاط الكلمة المذاعة كما تيسر له الحصول على معناها الإجمالي ومعنى ذلك باختصار أن بناء اللغة المسموعة أو المرئية ينبغي أن يختلف عن بناء اللغة المكتوبة وذلك أن المستمع أو المشاهد لا يستطيع أن يقف من الكلام المسموع موقفه من الكلام المكتوب.
2- تجنب الحشو اللفظي وهي سمة مرتبطة بما تقدم لأن الحشو اللفظي من عناصر التشويش في استقبال الرسالة المسموعة/ المرئية.

---

[11]- محمد عبد الحميد: وسائل الاتصال الإداري،الرياض، وزارة المعارف، ط2، 1991م، ص.102-101
[12]- عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص.250-245

3 – المحرر الذي يعمل في التلفزيون عليه أن يدرك الطبيعة الدرامية للتلفزيون كوسيلة اتصال، لذلك تنجح التقارير المرئية في التلفزيون التي تبتعد عن الوصف العاطفي.

4 – يشترك التلفزيون مع الإذاعة باستعمال العبارات الواضحة والألفاظ المألوفة وتجنب الألفاظ المبهمة ذلك أن لغة الإذاعة والتلفاز لغة منطوقة وليست لغة أدبية وأفضل المحررين هم أولئك الذين يستطيعون أن يكتبوا بالأسلوب الذي يتحدثون به فأسلوب التحادث هو الذي يحقق الألفة والإيناس في اللغة المذاعة.

5 – عند استخدام المجاز في بعض الأحيان يجب ألا يكون مبهماً أو غامضاً وأن يكون الهدف منه مزيداً من الوضوح وتمام المعنى.

6 – ينبغي عند تحرير المادة التلفزيونية وضع معنى الحدث في الاعتبار وأن ينقل هذا المعنى بأكبر قدر من الوضوح، ولابد من مراعاة التطابق بين الصور والألفاظ.

7 – في اللغة الإذاعية المسموعة/المرئية يجدر الابتعاد عن الصيغ المستهلكة للعناوين والتي تنجم عن قيود المساحة في أعمدة الصحف وهي القيود التي تنتفي في الإذاعة والتلفاز.

8 – تقتضي الكتابة للإذاعة والتلفزيون فهم الخصائص الصوتية للغة ولمفرداتها بحيث يعاون المقدم على الهواء على تحقيق الوضوح والإيناس في الرسالة.

9 – اللغة المسموعة/المرئية لغة تقريرية لتحقيق مطلب الوضوح الإعلامي ويعني ذلك في اللغة المذاعة أن الأفكار تحظى بتأثير عند نقلها صوتياً باستخدام اللغة التقريرية الأكثر مباشرة، وذلك ينبغي الابتعاد عن الشرط غير السليم والإطناب واستخدام صيغة المجهول، والابتعاد كذلك عن صيغ الفعل المعقدة حيث يمكن استخدام صيغ الفعل البسيط والابتعاد عن الجمل المطولة الثقيلة والنثر المنمق الحافل بالمحسنات البيانية، وافتقار الدقة عند استعمال الكلمات والتأكيد الذي ليس في محله[13].

لغة الإعلام الإلكتروني

دخل الإعلام الإلكتروني ويكاد يصبح الوسيلة الإعلامية والاتصالية الأكثر حضوراً وجماهيرية، واستطاع مجاراة الوسائل السابقة، وجذب الجمهور، إن لم يكن قد سبقها، وتفوّق عليها في كثير من القضايا. وبحكم كونه أتى متأخراً، فهو ليس مؤثّراً بقدر ما هو متأثّر، وبحكم الطبيعة العامة التي تحكم إنتاج اللغو في النص الإلكتروني نجدها لا تبتعد كثيراً عن سمات وخصائص النص في الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي، فالإعلام الإلكتروني يجمع سمات النص الإعلام اللغوية في حاضنة واحدة، ويختلف عنها بطبيعته التقنية. لذلك لا يبتعد النص في الإعلام الإلكتروني عن طبيعة النص في الإعلام المطبوع، وتتشابه اللغة المسموعة والمسموعة/المرئية المنشورة في وسائل الإعلام الإلكتروني مع اللغة

[13] - أيمن محمد عبد القادر الشيخ: ورقة بعنوان: اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية / المؤتمر الدولي في تطوير تعليم اللغة العربية اللغة العربية والعولمة وجهاً لوجه 23-25 نوفمبر 2008م، http://www.quran-unv.edu.sd/StaffContributes/4/1.doc

المنشورة في أوعيتها المستقلة الإذاعة والتلفزيون، ويمتاز الإعلام الإلكتروني أنه شكل حاضنة جمعت وسائل التعبير السابقة في وعاء واحد.

ومن يتتبع صفحات الإنترنت من منتديات ومواقع شخصية وبعض المدونات يجدها مثالاً حياً – مؤلماً أشدّ الألم– لما وصل إليه حال أبناء العربية.

إنّ جولة واحدة في أحد المنتديات، تصيب المرء بالذهول من شدّة الانحطاط اللغوي الذي تئنّ من وطأته هذه المنتديات والمواقع، فالفئة العمرية التي ترتاد أمثال هذه المواقع تتراوح في أغلب الأحيان بين سن 20 إلى 30 سنة، وبما أنهم مستخدمون للإنترنت يعني أنّهم جميعاً نالوا قسطاً من التعليم، يمكّنهم على أقلّ تقدير من الكتابة الإملائية الصحيحة، لكن ينبغي ألا نفاجأ بكمّ هائل من الأخطاء التي تصعب على التصور! هذا فضلاً عن العامية التي تتحرّر من كل قيد قواعدي أو إملائي، وتفتقر حتى إلى الرقي! (14).

المشترك في لغة الإعلام السمعي والبصري

تشترك الإذاعة والتلفزيون بعناصر لغوية مشتركة أهمها: الكلمة المنطوقة، والموسيقى ، والمؤثرات الصوتية، وينفرد التلفزيون بالإضافة إلى ما سبق بـاللقطات والمؤثرات البصرية.

– الكلمــة المنطوقــة: تتمثل الكلمة المنطوقة في النصين المسموع والمرئي الذي يقرأه المذيع أو مقدم البرنامج، ويتوقف تأثير الكلمة المنطوقة على شخصية المذيع فهو مسؤول مسؤولية كاملة عن صوته في بثه للرسالة الإعلامية. ويعمل المذيع على اجتذاب المستمعين من خلال تلوين صوته وفقاً للمقاطع الصوتية المختلفة، فنجاح البرنامج يتوقف على الإيقاع وقدرة المذيع على تلوين الصوت وفقاً للمضمون المختلف الذي يقدمه، لجذب المستمع ويفهم كل كلمة في البرنامج ويساعد على ذلك مراعاة ما يلي:

1. استخدام كلمات ومصطلحات مألوفة.

2. استخدام الأسلوب المباشر لإعطاء المعلومة.

3. استخدام الكلمات الوصفية حتى يتخيل المستمع ما يسمعه.

14- الأبية: أثر الإعلام في تقويض دعائم العربية ، أبرز التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على العربية الفصحى ، بالاعتماد على http://www.midadulqalam.info/midad/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=4

4. احترام اللغة المنطوقة وذلك بقراءة النص كرواية للمستمع وذلك بتلوين الصوت واختلاف الإيقاع في كل فقرة.

– الموسيق : تعد الموسيقى أحد العناصر الأساسية في مكونات البرنامج المسموع والمرئي، ولا يخلو برنامج إذاعي أو تلفزيوني من الموسيقى وبخاصة الموسيقى التي تميز البرنامج أو ما يسمى بموسيقى الشارة. وتخلق الموسيقى مناخاً وجواً عاماً للبرنامج، وتعرف أكثر البرامج من موسيقاها المميزة، واستخدام الموسيقى في البرنامج الإذاعي والتلفزيوني يحول دون تسرب الملل إلى المستمع. وتستخدم الموسيقى في البرامج الإذاعية والتلفزيونية لعدة أغراض تتمثل في الآتي:

1– كبرنامج مستقل: وتستخدم فيه الموسيقى سواء الحية أو المسجلة.

2– كلحن مميز للبرنامج: كل البرامج الإذاعية تستخدم بعض المقطوعات الموسيقية كلحن مميز للبرنامج سواء أكان هذا البرنامج أخباراً أم حواراً أم تحقيقاً أم مجلة أم دراما.

3– كرابط لفقرات البرنامج: وفي هذه الحالة تكون الموسيقى داخل البرنامج وتربط بين فقراته، ويفضل أن تتلاءم الموسيقى مع محتوى البرنامج والجو النفسي للبرنامج حتى لا يشعر المستمع بانفصال بين مضمون البرنامج وموسيقى الربط.

4– لإعطاء إيحاء معين: تستخدم الموسيقى أحياناً لإعطاء إيحاء معين سواء تغيير الزمان أو تغيير المكان، ويتوقف ذلك الإيحاء على طول الموسيقى ونوعيتها ويستخدم هذا الإيحاء في البرامج والدراما.

5– استخدام الموسيقى كخلفية: يمكن استخدام الموسيقى كخلفية في البرنامج وفي هذه الحالة يتم مزج صوتين في البرنامج مثل الكلمة المنطوقة مع الموسيقى وذلك لإحداث جو نفسي معين داخل البرنامج. ففي برامج الشعر يمكن أن تكون الموسيقى خفيفة هادئة وخلفية لصوت المذيع.

6– استخدام الموسيقى كمؤثر صوتي: أحياناً يتم استخدام بعض الآلات الموسيقية كمؤثر صوتي لإعطاء إيحاء معين وخاصة في الدراما، وأحياناً تستخدم الموسيقى مع المؤثر الصوتي لإحداث التأثير المطلوب في المستمع وخاصة في التمثيليات والمسلسلات. والمؤثرات الصوتية حية أو طبيعية، ومؤثرات

مسجلة. والمؤثرات الحية أو الطبيعية مثل صوت خطوات شخص يسير على الأرض أو صوت سيارة إسعاف. بينما المؤثرات المسجلة: وهي المؤثرات الصوتية المسجلة مسبقاً وجاهزة للاستخدام مثل صوت أمواج البحر، صوت الرياح، صوت الرعد، أو أمطار غزيرة. وتعمل المؤثرات الصوتية على زيادة فعالية البرامج المسموعة والمرئية، وتهدف إلى المساعدة على إبراز الموقف أو الفكرة وتفهم الشخصيات الدرامية وتساعد المؤثرات الصوتية على إثارة العواطف والتأثير على المستمعين، ولكن يجب استخدام المؤثرات الصوتية بحذر شديد وعدم المغالاة في استخدامها إلا في حالة الضرورة لمساعدة المستقبل على التكيف النفسي مع البرنامج أو توجيه انتباهه وعواطفه أو للإيحاء للمستمع بشيء معين عن طريق الاستخدامات المتعددة للمؤثرات الصوتية. وتستخدم المؤثرات الصوتية في العديد من الأشكال البرامجية سواء دراما أو برامج وثائقية أو تحقيقات إذاعية.

– اللقطات: ينفرد الإعلام المرئي باللقطات وهي الكادر الذي يشاهد، ومنها أنواع عديدة منها: اللقطة القريبة واللقطة المتوسطة، واللقطة الطويلة، ويتم تحديد حجم اللقطة بحسب الغرض منها:

- فاللقطات القريبة: تلفت النظر لأشياء محددة في الكادر، وتؤكد على أشياء معينة، وتبرز ردود الفعل وتعبيرات الوجه، وتوضح تفاصيل الأشياء.
- بينما اللقطات البعيدة: تستخدم عادة في بداية المشهد و نلجأ إليها لأغراض منها: التعريف بموقع الحدث والجو العام للمكان، ومتابعة الحركة داخل الكادر، وتوضح العلاقات بين الأشياء.
- واللقطات المتوسطة: وهي لقطات وسيطة بين القريبة والبعيدة، تعرف الإشارات وحركات الجسم كالأيدي والأرجل، ولا يمكن النقل من لقطات طويلة إلى لقطات قريبة من دون لقطة متوسطة إلا في حالات نادرة.
- واللقطات البعيدة جداً: تساعد المشاهد على إلقاء نظرة موضوعية للمكان، والتعرف علي المواقع الكبيرة، والجو العام للمكان، والتعريف بالعلاقات بين مجموعات من كبيرة من البشر.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة أن ثمة ضرورة لفهم الكاتب الإعلامي طبيعة وخواص الوسيلة التي سيعرض من خلالها ما كتبه، وثمة خصائص مشتركة في اللغة الإعلامية بعامة، لكنها تتمايز عن بعضها بحسب الوسائل الإعلامية. فتمتاز الصحافة المطبوعة بخصائص الإعلام المطبوع من حيث الاستمرارية والانتظام، **كما أنه أقدر على الاحتفاظ بالمعلومات المنشورة فيه لمدة طويلة، وقدرتها على نشر الموضوعات المطولة، وتستخدم بنجاح أكثر مع الجماهير النوعية (المتعلمة) والمتخصصة وحاجتها إلى مساهمة أكبر من جانب جمهورها، والكلمة المطبوعة تتطلب هذا الوضوح.**

وتتميز لغة الإعلام المسموع بالإيجاز، والوضوح، كما تكتب للحديث، لا للقراءة وتتكون المادة الإعلامية الإذاعية عمومًا من الكلمة المنطوقة، والمؤثرات الصوتية، والموسيقى، والحضور الإنساني المباشر. ونجد في لغة الإذاعة والتلفزيون اختلافاً عن لغة الإعلام المطبوع فالنص الذي يكتب خصيصاً للإذاعة يتطلب التعبير الذي قد يكون طبيعياً بالنسبة لنا، وتتميز لغة الإذاعة بالوضوح، والاقتصاد، والسلاسة، وتراعي أصول الإلقاء الإذاعي، ويشترط في اللغة الإذاعية أن تتسم بالشمول، والسرعة، والمباشرة، والواقعية، وأن تستخدم أقل عدد ممكن من الألفاظ، ومن أبرز خصائص لغة النص الإذاعي الجيد: البساطة وسهولة النطق واضحة الألفاظ والمعاني، مألوفة لدى عامة الناس، وتتركب من جمل سليمة ومشوقة للمستمع، تبتعد عن الحشو اللفظي.
بينما تمتاز الرسالة التلفزيونية بأنها تخاطب العين ويتسم التلفزيون بخصائص وسمات بأنه يجمع إمكانيات وقدرات الإذاعة والسينما، ويحتاج إلى تركيز واستثارة لحواس أكثر وأقرب إلى الاتصال المواجهي، وأكثر قوة من الوسائل الأخرى، لذلك تتميز لغة التلفزيون بقصر الجمل وتجنب الحشو اللفظي والدرامية واستعمال العبارات الواضحة والألفاظ المألوفة وعند استخدام المجاز في بعض الأحيان يجب ألا يكون مبهماً والابتعاد عن الصيغ المستهلكة للعناوين وفهم الخصائص الصوتية وهي لغة تقريرية. وعندما دخل الإعلام الإلكتروني استطاع مجاراة الوسائل السابقة، يجمع سمات النص الإعلامي اللغوية في حاضنة واحدة، لذلك لا يبتعد النص في الإعلام الإلكتروني عن طبيعة النص في وسائل الإعلام الأخرى. وثمة المشترك في لغة الإعلام السمعي والبصري أهمها: الكلمة المنطوقة، والموسيقي، والمؤثرات الصوتية، وينفرد التليفزيون بالإضافة إلى ما سبق باللقطات والمؤثرات البصرية.

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- من أهمّ خصائص الإعلام المطبوع:

A. الاستمرارية والانتظام
B. اقدر على الاحتفاظ بالمعلومات المنشورة فيه لمدة طويلة
C. مصدر معلوماتي قابل للمراجعة والبحث والتقييم
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

2- تحقق لغة الإعلام المطبوع نجاحاً من خلال:

A. اختيار مضامين الموضوعات المنشورة وطريقة وأسلوب المعالجة
B. اختيار الكلمات والصور والرسوم والعناوين وتقدمها بعناية تامة
C. أن يعرف الكاتب مدى سرعة القراءة لدى القارئ، ومدى التركيز على الكلمات أو مجموعات الكلمات ومدى ما يستوعب في ذاكرته من المعاني المؤقتة حتى ينتهي من قراءة الجملة
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

3- اتجهت اللغة الصحفية إلى "النزعة الوظائفية الإخبارية" وتعني:

A. العناية بالجمالية الكامنة في اللغة
B. لغة تجمع بين فصاحة العبارة وسهولتها، فقرّبت الفصحى من أذهان العامة
C. اهتمت بنشر الإعلانات لإحداث آثار تراكمية وهو استثمار طويل الأمد، وكلما كان الإعلان متواصلاً ساعد على تنامي المبيعات
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة B

4- يشترط في اللغة الإذاعية أن تتسم:

A. بالشمول، والسرعة، والمباشرة، والواقعية

B. وأن تستخدم أقل عدد ممكن من الألفاظ، للتعبير عن أكبر عدد ممكن من الأشياء

C. الوضوح والبساطة، والإيجاز، والتأثير

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

5- من أبرز خصائص لغة النص الإذاعي الجيد:

A. أن يحتوي النص كلمات بسيطة سهلة النطق واضحة الألفاظ والمعاني، مألوفة لدى عامة الناس

B. والابتعاد عن استخدام التراكيب المعقدة، ويستحسن استخدام صيغة الفعل المضارع

C. الإيجاز والاتجاه المباشر نحو الهدف

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

6- من أبرز خصائص لغة النص الإذاعي الجيد:

A. أن يتناسب النص الإذاعي مع المدة المحددة للبرنامج وتوقيت البث

B. تبتعد عن الحشو اللفظي الذي يعد من عناصر التشويش في استقبال الرسالة الإعلامية

C. عند استخدام الأرقام، يفضل أن تحول إلى أرقام كاملة

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

7- من أهم الخصائص التي تميز التلفزيون:

A. يجمع إمكانيات وقدرات الإذاعة والسينما

B. يعد أكثر قوة من الوسائل الأخرى

C. يحتاج التلفزيون إلى تركيز واستثارة لحواس أقل

D. a و b

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة D

8- من خصائص اللغة في التلفزيون:

A. الابتعاد عن الصيغ المستهلكة للعناوين

B. فهم الخصائص الصوتية للغة ولمفرداتها

C. لغة تقريرية لتحقيق مطلب الوضوح الإعلامي

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

9- لجذب المستمع وحتى يفهم كل كلمة في البرنامج ويساعد على ذلك مراعاة:

A. استخدام كلمات ومصطلحات مألوفة

B. استخدام الأسلوب المباشر لإعطاء المعلومة

C. استخدام الكلمات الوصفية حتى يتخيل المستمع ما يسمعه

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

المراجع

1. نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، بالاعتماد على موقع:
http://www.arabna.info/vb/search.php

2. الإذاعة المدرسية وتطبيقاتها، بالاعتماد على موقع:
http://www.bu.edu.eg

3. محمد عبد الحميد، وسائل الاتصال الإداري، ط2، الرياض، وزارة المعارف، 1991م.

4. عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، بيروت، دار الجيل، 1991م.

5. أيمن محمد عبد القادر الشيخ، ورقة بعنوان: اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية – المؤتمر الدولي في تطوير تعليم اللغة العربية اللغة العربية والعولمة وجهاً لوجه،23- 25 نوفمبر 2008م. بالاعتماد على موقع:
http://www.quran-unv.edu.sd/StaffContributes/4/1.doc

6. الأبية، أثر الإعلام في تقويض دعائم العربية، أبرز التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على العربية الفصحى، بالاعتماد على موقع:
http://www.midadulqalam.info

الوحدة التعليمية الثامنة

اللغة الإعلامية

بحسب الأجناس (فنون الكتابة) الإعلامية

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

التعريف باللغة الإعلامية بحسب الأجناس (فنون الكتابة) الإعلامية، من خلال:

- **اللغة في العناوين الإعلامية.**
  - اللغة في الخبر الإعلامي.
  - لغة التقرير.
- **لغة التحقيق.**
  - لغة المقابلة والحديث.
  - لغة الصورة.
- **لغة المقال.**
  - لغة المؤتمر الصحفي.
  - لغة الاستطلاع.

اللغة الإعلامية

بحسب الأجناس (فنون الكتابة) الإعلامية

اللغة الإعلامية مطالبة بملاءمة عباراتها مع طبيعة الأحداث المعالجة، ويختلف أسلوب معالجة موضوع من جنس (نوع) إعلامي إلى آخر. بل يختلف نقل معلومة من مكان علمي عن رصد حشد من الناس، ويختلف عن وصف مأساة إنسانية، كما يختلف عن التعبير عن جدل فكري. وبما أن اللغة الإعلامية مسخرة للاضطلاع بتلك المهام كافة، فإن أدواتها التعبيرية والفنية ينبغي أن تستجيب لمقتضيات هذا التنوّع[1].

حيث يضطلع كل نوع من فنون الكتابة الإعلامية بوظائف معينة، ويعتمد صيغاً تعبيرية تتلاءم وفنياته. وفي جميع الأحوال تعكس فنون الكتابة الإعلامية الواقع على نحو مباشر وواضح وسهل، كما تفسر الوقائع والأحداث والظواهر والتطورات، وتتضمن تقويماً وتحليلاً ورأياً، وتفسيراً.[2]ومعلوم أن داخل كل عملية إعلامية تشكل اللغة المستخدمة، وطريقة توظيفها، الركيزة الأساس لنجاح أو فشل السياق الاتصالي، وذلك باعتبارها الوسيلة الأكثر تأهيلاً لتبليغ الأفكار والانفعالات والرغبات والتصورات والقيم.

اللغة في العناوين الإعلامية

العناوين ليست (جنساً) نوعاً إعلامياً بل هي عنصر مشترك بين جميع فنون الكتابة العلمية والأدبية والإعلامية، ولأهميتها القصوى في اللغة الإعلامية نفرد لدراستها هذه الفقرة، فهي عنصر يستمد خصائصه من ظروف نشأته وتطوره، ويرتبط بطبيعة المجتمع الذي تصدر فيه الوسيلة الإعلامية، ومع تطور صناعة الإعلام أصبحت الحاجة ملحة إلى وجود عناوين تساعد القارئ على اختيار الموضوعات التي تهمه، وتلبي حاجاتهوتشبع رغباتهفي المعرفة السريعة والإلمام بالأحداث التي تجرى حوله. وحتى تحقق العناوين أهميتها يجب أن تتوافر فيها العناصر الآتية:

1 - نور الدين بليبل، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 60.
2 - المرجع السابق، ص61.

1 -أن يبرز العنوان أهم حقيقة في مضمون النص الإعلامي.

2 -أن يستخدم كلمات مألوفة ويكون في جملة قصيرة، ويتجنب الطول: وينبغي ألا تزيد عدد كلمات العنوان عن ثمان كلمات في معظم الحالات، وكلما كانت أقل كان ذلك أفضل.

3 -تجنب الكلمات الرنانة التي لا تؤدى إلى معنى محدد.

ويحرص محررو العناوين على كتابتها بطريقة تحقق وظائفها، وغالباً ما تؤدي العناوين الوظائف التالية:

1ـ تلخيص الموضوع.

2ـ تقديم أهم ما في الموضوع المعد للنشر، ويقدم فكرة سريعة ومركزة للقارئ المتعجل.

3ـ الفصل بين النص المصاحب والمواد الأخرى.

4ـ فرز المواد التحريرية التي يتقدمها العنوان على أساس المحتوى، ويساعد القراء على اختيار ما يرغبون في متابعته في الوسائل المطبوعة والإلكترونية.

5ـ يفتح شهية القراء والمستمعين والمشاهدين إلى متابعة الموضوع، وإثارة الحس الفني للقراء واستمالتهم.

ويختلف توظيف اللغة في العناوين بحسب أنواعها، التي تشترك مع مقدمات الموضوعات في هذا التصنيف، وفي المجمل تكون عناوين إخبارية وغير إخبارية، حيث تقسم العناوين إلى:

1 -العنوان الإخباري: وهو العنوان الذي يحمل جديداً يتصل بالموضوع الذي يصاحبه.

2 -العنوان المقارن: يقوم هذا العنوان على أساس المفاضلة بين الأفكار والآراء وإبراز التفاصيل، ويعتمد على عنصر المقابلة بين حقيقتين أو أكثر من الحقائق المتصلة بالموضوع.

3 -العنوان التساؤل: يكون على شكل سؤال مهم ومثير، ويهم الجمهور، ويفضل ألا يزيد العنوان عن سطر واحد.

4 – العنوان الوصفي: الذي يصف أهم ما في الموضوع ويرسم صورة وصفية في ذهن القارئ، بحيث تجذبه هذه الصورة لقراءة الموضوع، وهذا العنوان يستخدم الألفاظ القوية التي تدعو القارئ إلى القراءة.

5 –العنوان الطريف: الذي يهتم بالجانب الطريف في الموضوع بحيث يثير ذلك اهتمام القراء ويجذبهم للمتابعة.

6 ـ العنوان النقدي: الذي يتخذ موقف من الأحداث وبالتالي يستخدم بكثرة في الأحاديث الصحفية والمقالات والتحقيقات.

7 ـ العنوان المثل أو الحكمة: ويكون فحوى العنوان مثل أو حكمة معروفة لدى الجمهور تتفق وطبيعة المضمون الذي يحمله الموضوع.

8 ـ العنوان المقتبس: وهو نص مقتبس من تصريح مسؤول أو شخصية يتم إجراء حوار معها، وقد يتضمن الاقتباس كلمات شعرية أو دينية تكون متطابقة مع المضمون الذي يهدف إليه المعنى.

9 ـ العنوان الذي لا يصدق: وهو نوع من العناوين يقدم حقائق غير قابلة للتصديق بهدف دفع الجمهور لمتابعة الموضوع.

وفي جميع أنواع العناوين ينبغي استخدام لغة خاصة يراعى فيها الآتي:

1ـ الابتعاد عن العناوين السلبية، استناداً إلى قاعدة "همنغواي" في الكتابة: "كن إيجابياً".

2ـ عدم الإسراف في العناوين الفرعية.

3ـ البعد عن الكلمات التي تعطي أكثر من دلالة وتشير لأكثر من معنى.

4ـ الاستغناء عن التفاصيل غير المهمة.

5ـ تجنب تكرار الكلمات، وعدم استخدام الألقاب في العناوين إلا في حالات نادرة ويفضل نشر الاسم فقط إذا كان الشخص معروفاً، أما إذا كان الاسم غير معروف مثل نائب وزير خارجية دولة ما يمكن استخدام وظيفته أو الجهة التي يعمل بها.

6- تجنب قطع سياق الجملة أو الجمل الواردة في العنوان، وضرورة الحفاظ على سياق الكلمات وارتباطها بعضها ببعض وذلك عند الرجوع إلى أول السطر إذا كان العنوان من سطرين أو أكثر.

7- يجب ألا ينتهي السطر الأول بحرف جر على الإطلاق، وإذا تضمن العنوان فعلاً كان ذلك أفضل، إذ أن استخدام المصدر يضعف العنوان.

8- يجب الابتعاد تماماً عن استعمال الصفات وأفعال التفضيل، فالقارئ يتجه مباشرة إلى الفعل أو المصدر في العنوان لأنهما هما اللذان يحملان معنى العنوان، وأيضاً يجب عدم استخدام علامات الاستفهام أو التعجب أو الفواصل أو النقاط في العنوان لأن أياً منها يشعر المتلقي بأنها استخدمت لتغطية عجز المحرر الذي صاغ العنوان عن التعبير عما يريد أن يقول. ويجب أيضاً تجنب استخدام الأسماء الموصولة مثل "الذي" و"التي".

9- يجب الابتعاد عن استعمال الفعل المجهول إذا كان بالإمكان استعمال الفعل المعلوم.

10 - في حالات الحوادث ووقوع ضحايا لا داعي لاستخدام كلمة شخص لأنه من الواضح في النهاية أن القتلى أشخاص وتأكيد ذلك يوحي بالاستخفاف بعقل القارئ.

11 - لا يستخدم اسم العاصمة أو اسم البلد متبوعاً بنقطتين فوق بعضهما إلا إذا كان ما سيأتي بعد النقطتين تصريح رسمي أو مضمون بيان صدر من هذه العاصمة أو البلد.

اللغة في الخبر الإعلامي

الخبر أحد أبرز فنون الكتابة الإعلامية (المكتوبة والمسموعة والمرئية) وهو شهادة على حدث، لكنها ليست اعتباطياً، فالصحفي هو شاهد حي، وانتقائي حي، لأن عليه أن يبحث عن العناصر التي لا تأتي من تلقاء نفسها، وانتقائي لأنه يختار ما يهم الجمهور. والخبر تلخيص أو تكثيف لحادثة معينة يراد الحديث عنها. والخبر في جوهره، جواب عن الأسئلة الخمسة: من؟ – ماذا؟ – متى؟ – أين؟– كيف؟ والتي يتغير موقعها من خبر إلى خبر. وكتابة الخبر لم تخضع لتطور تقنيات السرد فقط، بل خضعت إلى مجموعة من الاعتبارات، ساهمت في ظهور أشكال وتقنيات جديدة في كتابته، حيث لا يمكن أن نروي ما جرى، وما حدث، في قالب خبري واحد، بالطريقة العفوية نفسها، التي تروى بها السير والملاحم، أو التي يكتب، أو تقص بها القصص الأدبية أو العلمية، والتي تجعل القارئ، أو المستمع، لا يعرف

حقيقة ما ينقل إليه، إلا عند نهاية القراءة، أو الاستماع، ولا يدري أين هو الأساسي من الثانوي في القصة، لأنها متداخلة بدون تمييز.

وهناك من يلخص بناء الخبر على النحو التالي: فعل – فاعل – مفعول به أو نعت، وهو ما يجعله يحافظ على أصالة اللغة العربية. لأن الأصل في اللغة العربية هو البدء بالفعل، ولا يقدم الاسم، إلا إذا كان هناك سبب بلاغي يقتضي ذلك، فعبارة: "خرج محمد" جملة تقريرية، أما محمد خرج، فالغرض منها هو تأكيد أن محمد هو الذي خرج، وليس أي شخص آخر.

ويجب أن تكون لغة الخبر بسيطة، وواضحة، ودقيقة، ولا يتم ذلك إلا من خلال استخدام الكلمات القصيرة المألوفة بدلاً من الكلمات الغريبة، وتجنب المبالغة في الوصف، أو في التخصيص، وتجنب استعمال الألفاظ التي تحمل معنيين، أو تنطوي على تفاخر لفظي، والاستغناء كلما أمكن عن أدوات التعريف، وحروف العطف، والتكوين، وظروف الزمان والمكان، التي لا داعي لها، واختصار الجمل الطويلة، وتفادي التكرار والاستطراد. وفي أثناء صياغة الخبر ينبغي مراعاة الأمور الآتية:

1 – على الإعلامي أن يحترم قدسية الخبر ويسوق أخباره خالية من كل رأي، وذلك بالتزامه الموضوعية عند التحرير واستخدامه للعبارات والألفاظ بدقة. وأن يتضمن الخبر بياناً للمصدر الذي استقى منه، ومن المستحسن التغيير في الأسلوب عند نقل بعض الآراء باستعمال الكلمات: قال، صرح، أعلن، أذاع، أصر، أشار، وغيرها.

2 – تحديد الموضوع على نحو واضح، فإذا كان لدينا مشكلة نسأل "هل تحتاج القصة أن يكتب عنها؟ فإذا كان الجواب نعم عندها نسأل: هل قمنا بنقل المعلومات على نحو كاف؟" وهل جمعنا كل الحقائق؟ [3]. على ألا يزدحم بالمعلومات التي تشتت ذهن القارئ.

3 – أن يشد الخبر انتباه القارئ، و يدفعهإلى متابعة قراءة الخبر إلى نهايته.

4 – علينا عرض عناصر الخبر في فقرات قصيرة وواضحة، والالتزام بالموضوع بجوانبه كافة. وأن تطبق القاعدة الذهنية التي تقول: أكبر كمية من المعلومات في أقل عدد من الكلمات.

5 – أن تكون الجمل قصيرة، واستعمال الكلمة المناسبة التي تعبر عن الهدف والتي تناسب الغرض موضوع الخبر. والاستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف التي لا لزوم لها، وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها، كما يجب الاستغناء عن كل

[3] - عثمان أبو زيد: الوجيز في لغة الصحافة، http://abuzaid7.yoo7.com/ .

تكرار. وتفضيل الكلمات القصيرة المألوفة، كما يجب عدم استخدام صفة أو صيغة أفعل في التفضيل لأنها تقلل من دقة الخبر. فعبارة "مثير" أكثر دقة من "أكثر المباريات إثارة". كما ينبغي العناية في استخدام الفعل المضارع، والمبني للمعلوم، وتجنب استخدام الجمع المركب "فالطريق" يجمع على "طرق" لا طرقات لأن طرقات هنا جمع للجمع. ومن الضروري تجنب جمع أسماء الجنس لأن مفردها يؤدي الجمع مثل المطر بدلاً من الأمطار. كما يجب استعمال التثنية في مواضعها الصحيحة، فمن الخطأ القول سار على أقدامه إلى المعهد ولكن يقال سار على قدميه.

6 ـ أن تستعمل كل جملة عنصراً مستقلاً عن الكل، مع ترتيب الخبر ترتيباً منطقياً كان أو زمنياً. ويجب على المحرر أن يحلل الأحداث وأن يربط بينها ليجعل منها قصة إخبارية مترابطة تدور حول محور رئيسي.

7 ـ أن تعالج كل فقرة جزءاً مستقلاً عن الكل. على ألاّ تزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة عن 75 كلمة، وألاّ تزيد الفقرة عن أربعة جمل. وقد ينقص عدد الجمل إلى جملة واحدة في الفقرة، والجمل الطويلة تسوق القارئ إلى الملل الأمر الذي يجعله يترك الخبر مكتفياً بالعناوين، ويشمل السطر على 30 إلى 35 حرفاً وتقسيم الموضوع إلى فقرات ينبغي ألاّ يطغى على وحدة الخبر ولا على ما فيه من تجانس وتأكيد، وتفضيل الجمل البسيطة القصيرة لا يعني تهلهل الأسلوب وتداعيه.

8 ـ أن يتميز العنصر الرئيس من العنصر الثانوي في كل خبر.

9 ـ عند استخدام الاقتباسات والحكايات يجب أن تكون للتوضيح وليس للتجميل، فلا يهم إن كان الاقتباس أو الحكاية منمقة أم لا وعلينا تركها إذا لم يكن لها صلة بموضوع الخبر، مع تفادى أسلوب النثر المنمق[4].

10 - على المحرر ألا يطلب من القراء أن يقرؤوا ويستمعوا ويشاهدوا فقط، بل دعهم يشتموا ويتذوقوا ويسمعوا ويبصروا ويشعروا بالحدث. صف الأشخاص والأماكن بحيث يطلع القارئ ويعيش الحالة التي أنت فيها، إذا قادتك قصتك إلى مكان مروع، اصطحب القارئ إلى هناك أيضاً بوصف وقع تلك التجربة على أحاسيسك.

4- عثمان أبو زيد: الوجيز في لغة الصحافة، http://abuzaid7.yoo7.com/ .

11 – ضرورة استخدام علامات الوقف "الترقيم" لوضوح الأسلوب ولسهولة فهم القارئ له كالنقطة، الفاصلة، علامات الوقف الاستدراكي (:)، الفاصلة المنقوطة (؛) الشرطة (–)، أقواس الاقتباس المزدوجة " " والمفردة ( ) ولكل منها وظيفة وأسلوب في الاستخدام.

وينبغي أن يتسم الخبر المسموع والمرئي بالتركيز والقصر والحيوية والوضوح والسهولة والجاذبية والتشويق والتنوع والإيجاز والصوت الواضح، وبالأسلوب الذي يستطيع أن يخاطب أفراد شتى من حيث السن والنوع والاهتمامات في وقت واحد. وما من بديل عن الأسلوب المباشر للجملة، لأن الخبر المذاع كتب ليسمع، ولهذا فإن صياغة أخبار الإذاعة تتجه إلى إحداث الأثر السريع بالعرض المباشر والكلمات المؤثرة، ويوضع الخبر الإذاعي والتلفزيوني إذن في أقصر صيغة ليؤدي المعنى في أقصر وقت، فالمطلوب لهذا الخبر مباشرة أكثر، وتركيزاً أعمق، وبساطة أوضح[5].

وغالباً ما يكتب الخبر التلفزيوني على نحو أقصر من الخبر الإذاعي، إذ أن الصورة تكمل الخبر. وهناك قاعدة عامة للخبر التلفزيوني، هي أنه ما دامت الصورة تكمل الخبر، فلا يجوز إذن أن يتعرض للتفاصيل، حتى لا يشتت انتباه المشاهد بين الصوت والصورة، ومن الأهمية ربط الرواية بالصورة، أي أن تسير الكلمة المذاعة جنباً إلى جنب مع الصور المرئية[6].

التقرير

التقرير الإعلامي هو نوع إعلامي قائم بذاته، وهو فن يقع بين الخبر والتحقيق، حيث يقدم مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية. ومن أبرز أنواعه التقرير الإخباري الذي يتطلب أن يكون الصحفي موجود في مكان الحدث ينقل الوقائع التي شاهدها ويترك للقارئ حرية الحكم عليها.

---

5 ـ نور الدين بلبيل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص63.
6 ـ نور الدين بلبيل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص63 .

وغالباً ما يبدأ بمقدمة تمثل مدخلاً، يمهد لموضوع التقرير، بأن يتناول زاوية معينة من زوايا الموضوع، يختارها الكاتب بعناية، وهذا المدخل لا يضم خلاصة الموضوع أو أهم حقائقه، وإنما يضم فقط مطلعاً أو مدخلاً منطقياً، يتوسل به الكاتب إلى شرح موضوع التقرير، بحيث يضم جسم التقرير التفاصيل، والشواهد، والصور الحية للموضوع، ليصل الكاتب في النهاية إلى خاتمة التقرير، وهي التي يكشف فيها عن نتائج أو خلاصة ما توصل إليه، أو يقدم لنا أهم نتيجة أو حقيقة وصل إليها في موضوع التقرير.

ولا يصلح مع التقرير الإعلامي إلا الأسلوب البسيط الواضح، والجمل القصيرة، وجمع أكبر كمية من الحقائق والمعلومات، في أقل قدر ممكن من الكلمات، وهو في ذلك لا يعتني بما كتب في الموضوع من أبحاث ودراسات وتقارير، ولا يعنيه أن يسجل كل الحقائق بالأرقام، أو يدعمها بالبيانات والإحصائيات والرسوم.

التحقيق

فن يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ويعد أحد أهم فنون التحرير الإعلامي رغم أنه فن حديث نسبياً، حيث لم يستخدم على نطاق واسع إلا مع مطلع القرن العشرين، وهو فن يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق، وهو فن يختلف عن فن الكتابة العادية حيث ينطوي على تحرير تصويري، وتبسيط للحقائق مع الاستعانة بالصور أو الرسوم الإيضاحية التي تدعم الموضوع المطروح. ويلقى الأضواء على المشكلة المعروضة، ويزيد من قدرة القراء على الاستمتاع به ومتابعته، نظراً لما يتمتع به من جاذبية، ويبحث عن تساؤل مهم وهو (لماذا حدث ذلك) وبالتالي فهو يبحث في الحدث ويحقق فيه كما يفعل رجال القضاء والشرطة. من خلال جمع البيانات عن الموضوع، ثم المزاوجة بينها للوصول إلى حل يراه مناسباً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق، وتبحث التحقيقات في مضامين شتى سياسية واجتماعية واقتصادية ورياضية وفنية.

والتحقيق قصة صحفية تحتمل السرد والحوار والتقطيع ثم التعليق، كما تحتمل العودة إلى الأرشيف والانتقال بين عدة أشخاص أو عدة أماكن، ويستوعب موضوعات حياة المجتمع بمجالاتها المتنوعة فقد يكون موضوعه إحدى المشكلات أو القضايا العامة التي تهم المجتمع كله أو إحدى طبقاته أو فئاته، وقد يكون حول شخصية علمية أو سياسية أو أدبية، أو فنية أو اقتصادية، وقد يكون بحثاً علمياً، أو اكتشافاً أو اختراعاً، أو حفلاً أو مهرجاناً أو غير ذلك من الموضوعات التي تمتلئ بها الحياة الاجتماعية، والتحقيق يبحث وينتقد العديد من القضايا. وتنقسم التحقيقات إلى أنواع عدة منها:

1 - تحقيق المناسبات: يرتبط هذا النوع من التحقيقات بمواسم وبمناسبات معينة تتكرر مثل المناسبات الدينية والوطنية والعلمية والأدبية، والمهرجانات الفنية.
2 - تحقيق البحث والتحري: وهو يشبه إلى حد كبير التحقيقات التي تجريها الشرطة عند الكشف عن ملابسات جريمة، أو حادث غامض، ويستهدف الكشف عن الحقائق التي لا يعرفها القراء، مثل الكشف عن انحرافات.
3 - تحقيق الشخصيات: ويكون الشخص موضوع التحقيق هو محور هذا التحقيق، حيث يتم تناول جوانب حياته المهمة والبارزة، ويجب أن تكون الشخصية المختارة معروفة للجمهور وتثير اهتمامه.
4 - تحقيق الخلفية: وهذا النوع من التحقيقات يقوم على شرح وتفسير وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها، حيث تبحث عما وراء الخبر، والكشف عن ملابسات الأحداث، وهذا النوع من التحقيقات يحتاج إلى معالجة شاملة لمختلف أبعاد المشكلة المطروحة، وقد يحتاج هذا النوع لأكثر من محرر حتى يتم إنجازه في وقت سريع، حيث أن عامل الزمن من أهم العناصر المؤثرة على أهمية مثل هذه النوعية من التحقيقات.
5 - تحقيق التسلية والإمتاع: وهذا النوع يلبى حاجة القارئ في التسلية والإمتاع، ويستهدف البعد بالقراء عن مشاكلهم اليومية لموضوعات من شأنها إضفاء البسمة على الشفاه عن طريق نشر التحقيقات الغريبة والطريفة التي تعتمد على المفارقات الغريبة.
6 - تحقيق التوقع: ويستهدف مساعدة القارئ على فهم تفاصيل الأحداث وماذا جرى فيها، ومساعدة القارئ في معرفة كيف تتطور الأحداث وإلى أي مدى تنتهي.

7 ـ التحقيقات المتخصصة: وهي التحقيقات التي ترتبط بالأنشطة المختلفة التي تحدث داخل المنظمات مثل الأنشطة العلمية بالجامعات ومراكز البحوث، والاكتشافات العلمية والمهرجانات الفنية، والندوات المؤتمرات، ومتابعة البورصات، ارتفاع أسعار العملات مع خفض للذهب والفضة.

ولغة التحقيق الإعلامي لا تحتمل العرض المبني على العموميات والأسلوب الإنشائي، واستعمال الشعارات، لأنه باختصار يرمي إلى الغوص بعيداً لمعرفة الأسباب، والتنقيب ليس فقط لتشخيص المشكلة، بل بغرض وضع الحلول العملية الملائمة لها. ولغة التحقيق عملية بناء متكامل، ليعلم القارئ من خلالها بالمشكلة أو الظاهرة، ويشمل أيضاً تسلسل تقديم وجهات النظر المختلفة، كما يحتوي على الترتيب المنطقي للحجج والأدلة. **وتنقسم صياغة التحقيق الصحفي إلى خمسة أساليب أساسية:**

1- أسلوب العرض: ويتميز بالبساطة والجاذبية، ويستخدم عندما يكون التحقيق متضمناً لكمية كبيرة من المعلومات والمواقف. وفيه يقوم المحرر بعرض القضية أو المشكلة التي يتناولها بشكل موضوعي من خلال مقدمة تثير اهتمام القراء بالموضوع، ثم سرد زوايا الموضوع في جسم التحقيق، وتقوم الخاتمة على تلخيص ما انتهى إليه المحرر من أراء وتصورات حول القضية أو المشكلة المطروحة. وقد تأتي الخاتمة صورة من صور التأييد أو الرفض لرأي من الآراء التي جاءت ضمن جسم التحقيق، وقد يتبنى اتجاهاً جديداً وإن كان من الضروري على المحرر وفق هذا القالب ألا يتعارض مع ما أكدت عليه غالبية الآراء والشواهد التي جاءت في جسم التحقيق.

2- الأسلوب القصصي: ويتميز بالإثارة والحيوية والرشاقة، وغالباً ما يستخدم في التحقيقات التي تدور حول قضايا تغطي فترة زمنية طويلة، أو تشمل مناطق عديدة، أو تتعلق بأطراف مختلفة. وفيه يقوم المحرر بعرض القضية أو المشكلة في شكل قصة يقوم بسرد تفاصيلها بصورة مشوقة، مثل التحقيقات المرتبطة بالحوادث والجرائم الغامضة.

3- الأسلوب الوصفي: يتسم هذا الأسلوب بوجود قدر معين من الوصف المباشر للمكان أو للأشخاص، ويستخدم عادة في التحقيقات التي تهدف في المقام الأول إلى التعريف بأمر ما، أو منطقة ما، أو فئة اجتماعية معينة، وهو أسلوب شائع جداً وخاصة في المجلات. ويقوم التحقيق هنا على مقدمة تقوم على وصف الحدث أو المشكلة وتأكيد أهميتها وإلى أي مدى تكون الضرورة الملحة لوجود حلول لها، ثم يأتي

جسم التحقيق بتفاصيل عن المشكلة وعناصرها ثم خاتمة تبرز أهم النتائج وخلاصة الآراء والاتجاهات التي جاءت في إطار جسم التحقيق، مع إبراز الملامح الرئيسية للشخصية أو المكان موضوع التحقيق، ويعد وصف الرحلات والبلاد والأحداث الضخمة أشهر التحقيقات الصحفية التي تدخل في إطار هذا القالب.

4- أسلوب الحديث: ويعتمد أساساً على آراء شخصية واحدة أو عدة شخصيات، بحيث تكون هذه الآراء هي الهيكل، والعمود الفقري للتحقيق، وأثناء عرض هذا الحديث، أو هذه الآراء يقوم الصحفي بتقديم معلومات ووقائع. وفيه يقوم بعرض وجهات نظر أطراف الحدث، ثم التناول التفصيلي لما حدث مع وجهات النظر المعارضة، وبعد ذلك تأتى التفاصيل داخل جسم التحقيق ثم خلاصة المشكلة أو القضية محل التحقيق، وهو يقوم على نشر الأسئلة والأجوبة دون تحريف، وقد يكون بهدف أخذ رأي، أو تحديد اتجاه شخصية من الشخصيات، أو أحاديث بهدف التسلية والإمتاع.

5- أسلوب الاعتراف: ويقوم هذا النوع من التحقيقات على اعترافات من المسؤولين أو من العناصر المشاركة في الحدث بما حدث بالضبط، وتأتى المقدمة بجزء من الاعترافات التي تأتى ضمن الواقعة أو الحادثة، ثم التفاصيل بمزيد من الاعترافات والكشف عن الخلفية والعوامل التي أدت إلى الحدث ثم تأتي خاتمة التحقيق بخلاصة ما تم التوصل إليه من التحقيق، مع ضرورة نقل الألفاظ والتعبيرات كما جاءت في الاعتراف كما هي دون تأويل.

6- الأسلوب المختلط: وهو أسلوب عام، لا يتقيد بنمط معين، بل يأخذ من الأساليب السالفة الذكر وفق ما يقتضيه الحال وطبيعة التحقيق ذاته، وهذا النوع من الأساليب يتطلب مهارة لخلق بنية متماسكة للتحقيق بكافة عناصره.

يعد اختيار الموضوع وتقدير مدى صلاحية الفكرة المختارة للتحقيق، والإعداد الجيد لفكرة التحقيق، وحجم المعلومات والبحث في تفاصيل الموضوع، واختيار المحرر أو مجموعة المحررين للتنفيذ، وجودة التحليل، ودقة الاستنتاج، وصلابة الحلول، وحسن توظيف اللغة، وتحديد الزمن المناسب الذي يستغرقه التحقيق، كلها أمور ضرورية لنجاح تحقيقه.

المقابلة والحديث

المقابلة فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وهو حوار قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية. أو حديث يجريه الصحفي مع شخص كان شاهداً على حدث ما. وقد عرف الحديث الصحفي تحولات عديدة في بنائه، فقد انتقل من مجرد خبر بسيط، ليصبح بمنزلة دراسة لطرق التفكير الإنساني، وكشف خفايا الأفراد وأفكارهم ومعتقداتهم، ومزاجهم، كما أضحى منهج بحث مهم من أجل استجلاء الحقيقة.

ويرتبط الحديث أو المقابلة ببعض قيم المعرفة، حيث يفترض أن يكون الصحفي مستعداً تمام الاستعداد، وأن يكون ملماً بالموضوع الذي ستدور حوله المقابلة، وأن يتحكم جيداً في اللغة الخاصة بالموضوع المعالج (اقتصاد– طب – سياسة – تكنولوجيا...). وكيفية إجراء الحديث، ومعرفة عناصره، وكذلك التركيز على خبايا حياة الإنسان، كل هذه المواصفات تظهر جلية لأصحاب الأحاديث المرموقين. لقد أثبتت الأبحاث الإعلامية، أن القارئ العادي يتأثر بحديث الشخصيات البارزة في مجتمعه، أكثر مما يتأثر بكتابات أو أبحاث عن نفس الموضوعات، كما أن القارئ يقترب من فهم القضايا المعقدة من خلال الحوار مع شخصية مهمة، أكثر من أي طريقة إعلامية أخرى، وتبرز في الحديث الصحفي عبقرية، وفطنة، وثقافة الصحفي في الحصول على المعلومات التي يرى أنها تلبي رغبة القراء، وتجيب على تساؤلاتهم.

ومن الواضح أن كيفية طرح الأسئلة، وأسلوب صياغتها يؤثران بشكل كبير على مضمون وعلى لغة الحديث الصحفي، وهكذا فإن الصحفي الذي يطرح أسئلة سهلة تؤدي إلى الإجابة بنعم أو لا، أو بنسبة، لا يمكنه أن يتوقع إلا أجوبة بسيطة من نوع الأسئلة.

الصورة

الصورة نوع صحفي قائم بذاته وترقى إلى مستوى النشر المطبوع مستقلة بذاتها مع بعض الكلمات تعبر عنها، بينما يستعاض عنها في الإعلام المسموع بالصورة الذهنية التي ترسمها الكلمات في

ذهن القارئ، تصبح مادة أساسية في الإعلام المرئي، ويتمحور النص المرئي حولها ويكتب لها (الكتابة من أجل الصورة) لأنها تقوم بمهمة التوضيح، وإتمام المعاني، وبخاصة في الأفلام الإخبارية الوثائقية، أو التربوية، أو التاريخية، وفي مجمل الأفلام الأخرى الموجهة إلى طبقة معينة من الناس، وتتمتع بقدرة متوسطة على الاستيعاب والإدراك والتفسير. إن تصوير إعصار ضرب إحدى الولايات الأمريكية، لا يعطي في محصلته الإخبارية إذا لم يشر فيه إلى المكان والزمان ومقدار الخسائر المادية وعدد الضحايا ومسار الريح ونتائجها المرتقبة...الخ

المقال (الافتتاحية – الزاوية– العمود – التعليق)

يحتل المقال بشتى ضروبه، مكانة مهمة في بحوث الدارسين والطلبة وأعمال المسؤولين، ومن أجل ذلك ينبغي على كتّاب المقالات أن يتحكموا في الموضوعات المطروقة، وفي اللغة، وفي أسلوب عرض أفكارهم، وبخاصة أن القارئ العارف والملم لا يغفر أي خطأ يرتكب في المقالات، سواء من ناحية صدق المعلومات، أو دقة الألفاظ، أو بناء المقالات. ويعد المقال الأداة الصحفية التي تعبر عن سياسة الصحيفة ولاسيما المقالة الافتتاحية والزوايا، وعن آراء بعض كتابها ولاسيما في العمود، وفي الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي، ويقوم المقال الصحفي بهذه الوظيفة من خلال شرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.

المقالة هي قطعة نثرية متوسطة الطول يعالج فيها الكاتب من وجهة نظر الصحيفة أو وجهة نظره موضوعاً من موضوعات العلم والأدب والاجتماع والسياسة... إن إلقاء نظرة على صفحات الصحف المعاصرة، يكتشف بأن المقال يحتل مكانة ثابتة لا تعوض، فالإنسان اليوم اعتاد انتظار مقالات الكتاب المرموقين.

وفن كتابة المقال موهبة تبدأ في الوقت الذي يكون فيه الموضوع الذي اختاره يثير اهتمام القارئ بالفعل. ومقدرة على التحكم في اللغة وخفاياها تسمح للكاتب الماهر، بتقديم وعرض جميع أفكاره بوضوح،

وتسمية الأشياء بأسمائها، ووصف الأشياء أو الحياة بطرق جذابة، وأسلوب دقيق، ومفاهيم بسيطة، وكلمات واضحة، وهنا يكمن إبداع الكاتب. ولكتابة المقال الصحفي قواعد أساسية ينبغي أن يمارس هذا الفن أو يرغب في ممارسته أن يدرك تماماً هذه القواعد كلما شرع في الكتابة، فضلاً عن الخبرة والثقافة، والثروة اللغوية التي تساعده في توصيل الأفكار عن طريق اللغة، وما يجعل المقالة فعالة: استخدام الجمل قصيرة، وقلما يستخدم الكتّاب جملاً تزيد عن 17 كلمة. ولزيادة اهتمام القرّاء يقومون بالتنويع في معدلات طول الجمل المستخدمة في أثناء الكتابة, كما أنهم في بعض الأحيان يستخدمون جملاً يتراوح طولها ما بين الـ30 و35 كلمة على أن تكون صحيحة وذات ترتيب نطقي، واستخدام جمل مؤلفة من ست كلمات أو أقل، واستخدام الأفعال القوية، لإضافة الحيوية والفاعلية إلى المقالة، وتجنب تحويل الكلمات الدالة على الحركة إلى أسماء، فبدلاً من كتابة "تمكن من الدخول" الأفضل كتابة "دخل". وبدلاً من "منذ انتهاء مهلة العقد" الأفضل كتابة "منذ أن انتهى العقد". واستخدام المبني للمعلوم، ومراعاة الدقة في الأسماء والأفعال والصفات، واختصار الزوائد فالشيء الذي لا يضيف إلى المقال المكتوب يأخذ منه. فالكلمات غير الضرورية تقلل من قوتها. وهنالك تكتيك آخر يمكن الاعتماد عليه وهو اختصار العبارات المجرورة عن طريق جعل الاسم المجرور يصف الاسم الذي يعود عليه مباشرة، فبدلاً من "الحائط التابع للمتحف" الأفضل كتابتها "حائط المتحف".

وتوصف لغة الافتتاحية بأنها (قوة الإقناع) والمقالة الافتتاحية أبرز المقالات التي تعبر عن وجهة نظر الصحيفة التي يداوم على كتابتها رئيس التحرير أو من يكلفه بذلك، وتستمد مادتها الأولى من باب المنطق القوي السليم، والحجة الدامغة المقنعة، والبساطة في العرض، والأسلوب الجميل، والقوة في التعبير عن الرأي، وهناك من يرى بأنه على كاتب الافتتاحية أن يتوسل بكل حيلة من حيل الكتابة لكي يجتذب اهتمام القارئ، ويستأثر باهتمامه.

يحذر أساتذة الإعلام كتّاب الافتتاحيات من تضييع وقتهم، ووقت القراء، في تقديم قضية من القضايا بطريقة القصة الخبرية، وإنهائها بفقرة مديح أو قدح الشخصية الرئيسة للقضية، فإذا كان لدى القارئ أي استقلال فكري، سوف يجد أن مثل هذه الافتتاحية لا تعني شيئاً بالنسبة له، وإذا ما أثرت فيه عبارة، أو رأي سطحي، فإن أسباب هذا التأثير تكون واهية، نتيجة جملة قالها الكاتب.

الزاوية والعمود الصحفي: وهما نوعان صحفيان يقتصران شأنهما شأن الافتتاحية على فنون الكتابة الصحفية، وتختص الزاوية بالتعبير عن القضايا التي تتناولها من وجهة نظر الصحيفة، بينما العمود فيعبر عن وجهة نظر كاتبه، وهو مقال يكتب من قبل صحفي مهم بأسلوب مشوق سواءً كان موضوعاً ثقافياً أو اجتماعياً. يتناول واقعة معينة ويشير إليها بأسلوبه ويكون ساخراً ولاذعاً في أحيان هادئ في أحيان أخرى، ومواضيعه متعددة منها (رياضية، اجتماعية، اقتصادية، أو مواضيع عامة حسب أسلوب وتفكر الكاتب ويكون العمود شخصياً إن كاتبه يعبر عن وجهة نظرة الخاصة ولا يمكن اعتباره يمثل وجهة نظر الجريدة وأحياناً نجد في الجريدة حوالي (4 إلى 6).

وغالباً ما يعالج التعليق ما وراء الأحداث، ويجعل للأحداث التي تنشرها الوسيلة الإعلامية معنى ومغزى، ونجده في الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي والإلكتروني على السواء، حيث يكسبها رائحة وطعماً، وهو فوق هذا وذاك، يتحكم في نظرة القراء إلى هذه الأحداث، فمرة يحكم التعليق على بعض الأخبار بأنها تافهة، وأخرى يحكم على بعضها بأنها خطيرة، وتارة يصفها بأنها حوادث عابرة، وأخرى يصفها بأنها مقدمات لأزمة حادة... وعلى كاتب التعليق أن يتذكر، أنه ليس مخبراً، وأنه لا يعظ ولا يصدر تعليمات إلى القراء، ومن ثم فإن الهدف هو الفهم الكامل والواضح للأخبار وما وراء الأخبار، وعليه ألا يتوقف عند حد تقديم المعلومات الشارحة وإنما يخلط بين الخبر وبين المعلومات الرامية إلى التفسير من جهة، وبين رأيه من جهة أخرى، وإلا أصبح مقالاً تفسيرياً، وليس تعليقاً.

ويدعو المعلقون المرموقون إلى تجنب استعمال عدد كبير من التصريحات أو الخطب، أو استعمال الحجج، التي لا تفضي إلى توضيح القضية الأساسية بحيث يقتضي أن يوضع في الحسبان، بأنه ينبغي أن يركز الصحفي في التعليق على مسألة أساسية واحدة، وأن يعبر عن وجه نظر أكيدة، أو عن حجة منطقية في شكل وجيز، وهذا يسمح للمعلق بأن يؤدي المهمات التي تعتبر عملياً مستحيلة في ميادين أخرى كالأدب مثلاً. ومعلوم أيضاً بأن الإكثار من الكلمات الغريبة، أو التعابير الفنية الصعبة، تجعل التعليق نصاً غير سليم، وتجرده من رونقه وجدته، وأحياناً من البيان السليم. ومن الجلي أن التعليق الذي لا يقرأ هو تعليق عديم الجدوى، وأن اللغة التي تفتقر إلى الدقة أو السلاسة، وإلى الحجة الدامغة والمنطقية، التي قد تعوض –نتيجة سوء التحكم في الموضوع المعالج– بكلام يستمد من هنا وهناك عشوائياً، تجعل التعليق يحيد عن الهدف الذي أنجز من أجله، ويخلق التعليق بذلك لدى القارئ نوعاً من

الاضطراب الفكري، وسوء الفهم، وبالتالي عدم تقدير الأحداث حق قدرها. ويستند النص الصحفي الموجه للتعليق على الأحداث إلى لغة محكمة لا تحتمل سوء التوظيف، وتأبى سوء فهم الأحداث.

المؤتمر الصحفي

هو شكل من أشكال الحديث الصحفي، وهو عبارة عن حديث تدلي به إحدى الشخصيات المهمة في حضور أكثر من صحفي وذلك لشرح سياسة معينة ومناقشة قضية تهم الرأي العام المحلي أو الدولي أو الإدلاء بأخبار تمس حدثاً من الأحداث المهمة، يقصد به أيضاً ذلك اللقاء الذي يتم بين شخصية معينة وبين عدد من الصحفيين بناءً على دعوة موجهة إلى هؤلاء المندوبين أي أن طرفي المعادلة في هذا اللقاء هما: شخص أو عدة أشخاص يريدون إيصال معلومات معنية إلى الصحفيين (صاحب الدعوة) والصحفيون الذين جاءوا للاستماع إلى ما يقوله صاحب الدعوة.

وبما أن الصحفي جاء إلى المؤتمر بناء على دعوة موجهة إليه شخصياً أو إلى مؤسسته الإعلامية، فهو غير ملزم بالتحضير له أو قراءة شيء عنه إنما عليه أن يكون منصتاً جيداً ومسجلاً جيداً، وهو حر بعدئذ في طرح السؤال أو عدمه كما أنه حر في اختيار ما يقتطفه من الحديث وليس ملزماً بنقل المؤتمر كاملاً، إن مندوبي الإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء العالمية مخولون في حالة طول وقائع المؤتمر الصحفي إلى ما بعد المدة المقررة أن يزودوا مراكز عملهم بموجز مكثف عن المؤتمر على أن يتابعوا نقل تفاصيله فيما بعد.

لغة الاستطلاع

توصف لغة الاستطلاع بأنها (دعم للتعبير الإنشائي) حيث اقترن تاريخ ظهور الاستطلاع بنصوص الكتاب الذين وصفوا الطبيعة المحيطة بهم، والناس الذين كانوا يقاسمونهم الحياة ومن أجل ذلك، هناك من يدمج كتابات الرحالة ضمن كتابة الاستطلاع، كونهم طافوا عبر عدد من البلاد والأماكن، ورجعوا بوصف لما رأوه، وما لبسوا من أثواب وذاقوا من الأطعمة. ولكن استطلاعات اليوم لم تعد مجرد وصف سطحي، بل تطور في شكله الأدبي وحواره وقصته بما يحاكي اهتمامات الجمهور. فالاستطلاع

المعاصر، ليس مجرد تسجيل سطحي للواقع الحي ولكنه جواب لجملة من الاستفسارات المعقدة المتعلقة بحياتنا، وفي هذه الحالة، فإن تجربة الكاتب الحياتية، ومؤهلاته المهنية، وزاده اللغوي، وإلمامه بالموضوعات المعالجة، تلعب دوراً مهماً في إنتاج استطلاع ناجح.

إن المهمة الأساسية لكاتب الاستطلاع، مشاهدته لما يجري حوله من أحداث، وما يقال من أحاديث، ثم تسجيل انطباعاته عن كل هذه الأشياء وعمله الأصلي، يتمثل وقتئذ في: النظر – السمع – الفهم– التسجيل، القرار. وهكذا، إذا خانت اللغة الكاتب، وإذا لم يشعر القارئ أو المستمع بالمكان، وبالأحداث، والناس، أي بالبعد الدرامي الإنساني، الذي يتضمنه كل حدث، يفقد الاستطلاع الصبغة الإنسانية، ويكون ميتاً يشتم من خلاله رائحة التقرير الإداري. وهكذا، فإن نقل ما تمّت مشاهدته والاستماع إليه والإحساس به، كلها عمليات تتطلب من الصحفي، أن يكون مزوداً بلغة ثرية بالمعاني الضرورية لرصد هذه الأحاسيس الثلاثة، وأما إذا عجزت لغة الصحفي عن وصف ما رصدته حاسة من الحواس، فإن نقله للواقع الحي المتعدد المشهد، سيكون بدون شك مبتوراً وغير ذي رونق وجاذبية. إذاً يجب أن تنبض لغة الاستطلاع بالحيوية والنشاط، وتجعل الواقع من خلال القراءة، أو الاستماع، أو المشاهدة، يتحرك من جديد كأنه يعاد تمثيله.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة أن اللغة الإعلامية مطالبة بملاءمة عباراتها مع طبيعة الأحداث المعالجة، ويختلف أسلوب معالجة موضوع من جنس (نوع) إعلامي إلى آخر. حيث يضطلع كل نوع من فنون الكتابة الإعلامية بوظائف معينة، ويحرص محررو العناوين على كتابتها بطريقة تحقق وظائفها، ويختلف توظيف اللغة في العناوين بحسب أنواعها، التي تشترك مع مقدمات الموضوعات في هذا التصنيف، وفي جميع أنواع العناوين ينبغي استخدام لغة خاصة يراعى فيها: الابتعاد عن السلبية، وعدم الإسراف في العناوين الفرعية والبعد عن الكلمات التي تعطى أكثر من دلالة والاستغناء عن التفاصيل غير المهمة وتجنب التكرار أو قطع سياق الجملة وألا ينتهي السطر الأول بحرف جر والابتعاد عن استعمال الصفات وأفعال التفضيل.

الخبر أحد أبرز فنون الكتابة الإعلامية، ويجب أن تكون لغة الخبر بسيطة، وواضحة، ودقيقة، وتجنب المبالغة في الوصف، أو في التخصيص، وتجنب استعمال الألفاظ التي تحمل معنيين، أو تنطوي على تفاخر لفظي.

ولا يصلح مع التقرير الإعلامي إلا الأسلوب البسيط الواضح، والجمل القصيرة، وجمع أكبر كمية من الحقائق والمعلومات، في أقل قدر ممكن من الكلمات.

لغة التحقيق الإعلامي لا تحتمل العرض المبني على العموميات والأسلوب الإنشائي، واستعمال الشعارات، لأنه باختصار يرمي إلى الغوص بعيداً لمعرفة الأسباب، والتنقيب ليس فقط لتشخيص المشكلة، بل بغرض وضع الحلول العملية الملائمة لها.

ومن الواضح أن كيفية طرح الأسئلة، وأسلوب صياغتها يؤثران بشكل كبير على مضمون وعلى لغة الحديث الصحفي.

الصورة نوع صحفي قائم بذاته وترقى إلى مستوى النشر المطبوع مستقلة بذاتها مع بعض الكلمات تعبر عنها، بينما يستعاض عنها في الإعلام المسموع بالصورة الذهنية، ويتمحور النص المرئي حولها ويكتب لها لأنها تقوم بمهمة التوضيح، وإتمام المعاني. وتوصف لغة الافتتاحية بأنها (قوة الإقناع)

وغالباً ما يكون العمود شخصياً يعبر عن وجهة نظر كاتبه، ويدعو المعلقون المرموقون إلى تجنب استعمال عدد كبير من التصريحات أو الخطب، أو استعمال الحجج، وتوصف لغة الاستطلاع بأنها (دعم للتعبير الإنشائي).

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- حتى تحقق العناوين أهميتها يجب أن تتوافر فيها العناصر الآتية:

A. أن يبرز العنوان أهم حقيقة في مضمون النص الإعلامي

B. وينبغي ألا تزيد عدد كلمات العنوان عن ثمان كلمات في معظم الحالات

C. تجنب الكلمات الرنانة التي لا تؤدى إلى معنى محدد

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

2- غالباً ما تؤدي العناوين الوظائف التالية:

A. تلخيص الموضوع

B. يفتح شهية القراء والمستمعين والمشاهدين إلى متابعة الموضوع، وإثارة الحس الفني للقراء. واستمالتهم

C. يغني عن قراءة الموضوع أو الاستماع له أو مشاهدته

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة D

3- من أبرز أنواع العناوين:

A. العنوان الإخباري

B. العنوان المقارن

C. عنوان التساؤل

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

4- ينبغي استخدام لغة خاصة في العناوين يراعى فيها:

A. الابتعاد عن العناوين السلبية

B. عدم الإسراف في العناوين الفرعية

C. البعد عن الكلمات التي تعطى أكثر من دلالة وتشير لأكثر من معنى

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

5- يجب أن تكون لغة الخبر:

A. بسيطة، وواضحة، ودقيقة

B. تجنب المبالغة في الوصف، أو في التخصيص

C. تجنب استعمال الألفاظ التي تحمل معنيين

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

6- التحقيق قصة صحفية تحتمل:

A. السرد والحوار والتقطيع ثم التعليق

B. العودة إلى الأرشيف والانتقال بين عدة أشخاص أو عدة أماكن

C. موضوعات حياة المجتمع بمجالاتها المتنوعة فقد يكون موضوعه إحدى المشكلات أو القضايا العامة

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

7- لغة التحقيق الإعلامي لا تحتمل:

A. العرض المبني على العموميات والأسلوب الإنشائي

B. استعمال الشعارات، لأنه باختصار يرمي إلى الغوص بعيداً لمعرفة الأسباب

C. ولغة التحقيق عملية بناء متكامل، ليعلم القارئ من خلالها بالمشكلة أو الظاهرة

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة D

المراجع

1. نور الدين بليبل، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، ضمن سلسلة كتاب الأمّة، قطر، ط1، 2001م.

2. عثمان أبو زيد، الوجيز في لغة الصحافة، بالاعتماد على موقع: http://abuzaid7.yoo7.com/.

الوحدة التعليمية التاسعة

الأدب والنقد واللغة الإعلامية

الأهداف التعليمية

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

1- التعريف بالأدب، وأنواعه، وفنونه.

2- التعريف بمفهوم النقد الأدبي.

3- التعريف بأنواع النقد الأدبي.

4- التعريف بمفهوم النقد الإعلامي.

5- التعرف على عناصر التفكير الناقد.

6- التعرف على الجوانب التي يستند إليها النقد الإعلامي.

7- التعرف على النقد البناء، والتفريق بينه وبين الانتقاد.

الأدب والنقد واللغة الإعلامية

ما الأدب؟ سؤال أطلقه المفكر الوجودي "جان بول سارتر" عام 1947م، وأجاب عنه في مؤلف حمل العنوان نفسه، ولعل أفضل ما يعتمده المرء لتعريف الأدب هو مقاربة مفهومه من جوانب مختلفة، تتكامل فيما بينها لتصل إلى فهم يرجى له أن يكون أكثر تماسكاً وعمقاً وتوضيحاً لجوانب هذه الظاهرة الإنسانية بالغة التعقيد[1].

وبُعيد الحملة الفرنسية على مصر، أصبحت الكلمة تُستخدم في العربية الحديثة للدلالة على ما يقابل كلمة "literature" الإنكليزية، و"Littérature" الفرنسية، وهي تشير اليوم إلى الأدب بوصفه واحداً من الفنون الجميلة الستة أو السبعة، على اختلاف التعريفات ووجهات النظر التي يلاحظها المرء لدى النقاد العرب ومؤرخي الأدب ودارسيه من العرب المحدثين[2].

واستخدمت كلمة "Litteratura ليتراتورا" لدى الأمم اللاتينية الأخرى وهي مشتقة من كلمة Littera"" وتعني الحرف، واستخدمت في أول الأمر ترجمة لكلمة "grammatiké""غرامّتيكي" اليونانية، التي تعني معرفة القراءة والكتابة. وما لبثت أن استخدمت بعدها للدلالة على التبحر والثقافة الأدبية.

وفي القرن السابع عشر ينبثق مصطلح "Belles Lettres" الأدب بوصفه فناً جميلاً، وهذا المصطلح يطابق في دلالته مصطلح الآداب الإنسانية "humanies letters"، يعرف معجم "تريفو" الأدب بأنه مذهب، معرفة معمقة للآداب، وتعرفه "الموسوعة العظيمة" بأنه مصطلح يعني التبحر ومعرفة الأدب بوصفه فناً جميلاً[3].

وباختصار يمكن القول إن مصطلح الأدب literature أو الآداب letters يشمل جميع الكتابات النوعية التي يمكن أن تدعي الخلود، وظهر مفهوم للأدب مواز لمفهومي الفنون التشكيلية والموسيقى وغيرهما من الفنون الجميلة المعروفة، وغدا الأدب واحداً منها يتبوأ بين أقرانه الستة مكانة بارزة[4].

يعرف بعضهم الأدب بأنه كل شيء مطبوع [5]. كما يعرف بعضهم الآخر الأدب بأنه الكتب العظيمة، أي الكتب الجديرة بالملاحظة، فضلاً عن امتيازها الفكري العام أحياناً، والأدب إنشاء تخيلي تسود فيه الوظيفة الجمالية، وما يميز أداة الأدب هذه أنها أداة إنسانية، ابتدعها الإنسان لتكون أداة لتفكيره وتعبيره وتواصله مع أفراد مجتمعه. وأهم من هذا كله أنها أداة الثقافة الموروثة في تجليها لمستخدم هذه اللغة، وأنها، لذلك، أداة التواصل المثلى مع هذه الثقافة [6].

---

1 - الموسوعة العربية: الأدب نظره عامه وتعريفه وأنواعه، ص601 أنظر موقع الموسوعة العربية على الشابكة - http://www.arab ency.com . /

2 - المرجع السابق ص601 .

3 - المرجع السابق، ص602.

4 - المرجع السابق، ص 603.

5 - المرجع السابق، ص 604.

6 - المرجع السابق، ص605.

واللغة الأدبية أكثر حميمية من اللغة العلمية في صلتها بالبنية التاريخية للغة.

وإذا ما مضى المرء من اللغة العلمية إلى لغة الحياة اليومية فإنه يجد صعوبة أكبر في تمييزها من اللغة الأدبية لأن كل ما قيل عن هذه الأخيرة يمكن قوله عن اللغة اليومية (لغة الإعلام) وإن كان ذلك بدرجة أقل[7].

ففي لغة الأدب تكون فيه الوظيفة الجمالية في وضع السائد أو المهيمن والناظم لجميع الوظائف الأخرى التي يمكن للغة أن تؤديها في هذه الكتابة.فضلاً عن الاستخدام القصدي الواعي المنظم المحكم للغة في الكتابة الأدبية، وهناك سمة أخرى للأدب لا يمكن إغفالها وهي أنه تخيل فكل شيء في الأدب متخيل ومصنوع بما في ذلك الشخصيات التاريخية التي تعمر حياة رواية ما، والتي تحيل قارئها إلى عالم متخيل لا يمكن النظر إليه على أنه واقع تاريخي فعلي[8].

وغالباً ما يستخدم مصطلح الأدب مقترناً بوصف محدد له كالأدب القومي والأدب العام، والأدب العالمي، والأدب المقارن، ومن الأهمية التمييز الواضح بين هذه المصطلحات حتى يتم استخدامها استخداماً متسقاً ودقيقاً ومجدياً في آن معاً في أي حديث عن الأدب[9]. فالأدب القومي هو الأدب الخاص بقوم أو شعب من الشعوب. ويستند الباحثون في تحديده إلى الأسس المستخدمة في إقامة الحدود القومية وهي أسس متنوعة وعديدة غالباً ما تتبوأ فيها اللغة القومية مكانة بارزة[10].

ويقصد بـالأدب العام فن الشعر أو نظرية الأدب الداخلية أو بعبارة أخرى الأعراف والنظم، والقوانين، والقواعد، والمعايير، والقيم والمقاييس، المستمدة من داخل الأدب، وتكوّن في مجموعها نظاماً متكاملاً يحكم إنتاج الأدب واستهلاكه في جنس أدبي معين، أو مجموعة من الأجناس الأدبية في عدد من التقاليد الأدبية القومية[11]. ويشير مصطلح الأدب العالمي إلى زمن تغدو فيه الآداب كلها أدباً واحداً[12]. إنه مثال توحيد الآداب جميعها في تركيب واحد عظيم، تؤدي فيه كل أمة دورها في اتساق عظيم. ويعني مصطلح الأدب المقارن دراسة الأدب الشفوي أو دراسة الصلة بين أدبين قوميين أو أكثر، أو دراسة الأدب خلف حدود بلد معين، ودراسة العلاقات بين الأدب من جهة ومناطق أخرى من المعرفة والاعتقاد من جهة أخرى [13].

فالأدب فيض مستمر تنتجه الأمم الحية ما عاشت، ولأنه كذلك يستعان على دراسته بتقسيمه إلى وحدات تبعاً لمعايير خارجة عنه كالزمان، والمكان، أو وفقاً لمعايير داخلية تمليها الأعمال الأدبية نفسها. وتصنيف الأدب تبعاً لمعايير من التنظيم أو البنية الداخليين، والواقع أن كل جنس أدبي رئيسي أو فرعي،

---

7 - المرجع السابق، ص 606.
8 - المرجع السابق، ص606.
9 - المرجع السابق، ص 607.
10 - المرجع السابق، ص 608.
11 - المرجع السابق، ص609.
12 - المرجع السابق، ص609.
13 - المرجع السابق، ص615.

عريق أو حديث، مستمر أو منسي، غدا في واقع الأمر مؤسسة تعني الكثير للمهتمين بالأدب أدباء ونقاداً وقراء. وهم يتعاملون مع هذه المؤسسة مثلما يتعاملون مع أية مؤسسة أقامها المجتمع الإنساني، يعبرون عن أنفسهم ويعملون من خلالها أحياناً أخرى، وفي تتبع المرء لمسيرة الأجناس الأدبية يمكنه أن يميز الأجناس التالية:[14]

1- **الشعر الغنائي**: وهو جنس أدبي رئيسي قوامه القصيدة، ويعتقد أنه أقدم الأجناس الأدبية، اتصلت نشأته بالغناء في معظم التقاليد الأدبية. وعلى الرغم من أنه كان في بداية نشأته يتوجه، في جزء غير يسير منه، إلى الجمهور ويسعى إلى الاستجابة لذوقه واهتماماته، فقد بات يغلب عليه انصراف الشاعر للتعبير عن ذاته، وهو لهذا جنس أدبي ذاتي، وجل الشعر العربي شعر غنائي يعبر فيه الشاعر عن ذاته، ويفصح فيه عن كوامنها. ولكنه بسبب نشأته الغنائية وغلبة طابع الإنشاد عليه، ظل يأخذ اهتمامات جمهوره وذوقه بالحسبان وذلك بعد تبنيها والإفصاح عنها من خلال أنا الشاعر التي قد تتسع لتشمل الجماعة كما في الشعر الجاهلي أو شعر المناسبات.

2- **الملحمة:** وهي جنس أدبي شعري موضوعي قديم يقوم على القصيدة القصصية الطويلة التي تسجل حقبة مهمة من تاريخ الأمة التي ينتمي إليها الشاعر أو الأمم التي اتصلت بها، ويمثل أبطالها قيم الأمة ومثلها العليا، أو تدور حول البطولة والمغامرات لشخصية أسطورية من شخصيات الأمة تستهوي الأفئدة، أو تتناول المصير الإنساني ولاسيما في بعده الروحي. ويغلب على الملحمة الأسلوب القوي والسامي عادة ولكن بعضها، كما في الملاحم الشعبية العربية، يمكن أن تكتب نثراً مرصعاً بالشعر وربما بلغة أقل سمواً نتيجة غلبة الطابع الجمعي التراكمي على تأليفها.

3- **المسرحية:** وهي جنس أدبي موضوعي أكثر حداثة نسبياً من الجنسين المتقدمين كانت أداته الغالبة هي الشعر حتى القرن التاسع عشر، وله أنواعه المختلفة التي ربما كان أهمها المأساة Tragedy، والملهاة Comedy، والمسرحية الهزلية Farce ، والمسليات Entertainment play وهي مسرحية قصيرة يغلب عليها الرقص والغناء لشغل الجمهور في أثناء العروض الرئيسية أو قبلها، ومسرحية المعجزات Miracle play التي تمثل مشاهد من حياة الأولياء والقديسين ومآثرهم، ومسرحية آلام المسيح Passion play التي تصور الأيام الأخيرة من حياة المسيح، ومسرحية الأسرار المقدسة Mystery play، التي يصدر مؤلفوها فيها عن قصص الكتاب المقدس، وغيرها. وفضلاً عن هذه الأنواع المتصلة أساساً بالشكل اليوناني والتي تعدّ تطويراً له، أنواع أخرى كمسرح (النو، والكابوكي)

[14]- المرجع السابق، ص116.

اليابانيين، ومسرح خيال الظل التركي والعربي، وشعر التعزية الفارسي وغيرها. وعلى الرغم من وجود ظواهر مسرحية عديدة في الأدب العربي القديم فإن المسرحية في الأدب العربي الحديث مستلهمة أساساً من التجربة الأوربية بعيد المواجهة العربية – الأوربية في منعطف القرن التاسع عشر أكثر مما هي تطوير لهذه الظواهر القديمة.

4- القصة: fiction وهي جنس أدبي نثري موضوعي له أنواع متفاوتة في طولها وأسلوبها، ومن بينها:[15]

1. **الرواية:** The Novel وهي سرد تخيلي طويل يجتمع فيه عادة الحديث والتحليل النفسي للشخصيات وتصوير المجتمعات والعالم الخارجي، والأفكار، والمسحة الشاعرية، على تفاوت في أهمية هذه العناصر تبعاً لنوع الرواية، وللرواية أنواع عديدة منها الرواية البوليسية Detective Novel والرواية التاريخية Historical Novel ورواية تكون الشخصية Bildungsroman ورواية راعي البقر Western، والرواية العاطفية Sentimental novel، والرواية النفسية Psychological Novelوالرواية المثيرة Thriller، وغيرها.

2. **القصة القصيرة:** short story وهي سرد قصصي حديث نسبياً ظهر في أواخر القرن التاسع عشر تكاد تكون لقطة تصويرية موضوعها في الغالب تلك اللحظات العابرة القصيرة في الحياة الإنسانية. وهي جنس صعب جداً بسبب دقة مقوماته وحساسية لغته وتركيزها الشديد.

3 . **الرواية القصيرة:** Novella وهي جنس أدبي فرعي طوره أساساً الكاتب الإيطالي "بوكاتشو" في مجموعته المعنونة بالأيام العشرة Decamerone، التي استلهم فيها ألف ليلة وليلة، واستهوى نمطها بعضاً من أبرز كتاب النثر الأمريكيين، والعرب مثل غسان كنفاني، وعبد السلام العجيلي، ويحيى حقي وغيرهم.

4. **القصة الرومانسية:** Romance وهي سرد طويل يغلب عليه التغني بالحب والبطولة. وثمة الحكاية Tale وهي سرد خيالي بسيط، والحكاية الرمزية Fable والخرافة وغيرها.

5- السيرة: Biography والسيرة الذاتية Autobiography، والأولى منهما ترجمة لحياة شخص ما أدى دوراً مهماً في مجتمعه، والثانية ترجمة لحياة مؤلفها.

6- المقالة :Essay وهي جنس أدبي نثري حديث نسبياً أدت الصحافة دوراً كبيراً في تطويره بأنماطه المختلفة، ويطلق المصطلح في الأدب الإنكليزي على المعالجات الجادة لموضوع ما بأسلوب

[15]- المرجع السابق، ص620.

رفيع محكم وتصل المقالة حجم الكتاب المستقل أحياناً. وأول من استعمل مصطلح مقالة في العربية أحمد فارس الشدياق حين كتب في مجلة "الجوائب" مقالة في أصل النيل. وكانت الصحف عند نشأتها تعنى بالمقالة الافتتاحية وتنشرها في صدر صفحتها الأولى، وتعالج فيها موضوعاً رئيسياً، غالباً ما يكون سياسياً. ووسع ظهور المجلات من ميادين المقالة وأثر في تطورها وتنوع موضوعاتها التي تمس الحياة العامة، وصارت مقالات معظم الكتاب تجمع في كتب لحفظها من الضياع وتيسير سبل الاطلاع عليها من قبل الأجيال اللاحقة.

وفضلاً عن الأجناس الأدبية المتقدم ذكرها والتي تكاد تكون قاسماً مشتركاً بين الآداب القومية المختلفة بما فيها الأدب العربي، هناك أجناس أدبية تكاد تكون مقتصرة عليه منها:

- ❖ – **المقامة:** وهي قصة قصيرة مسجوعة تتضمن عظة أو نادرة تتخذ معرضاً للبراعة اللغوية والأدبية، وأصل معناها المجلس والجماعة من الناس وأشهر كتابها بديع الزمان الهمذاني، والحريري.
- ❖ – **الموشح:** وسمي كذلك تشبيهاً له بالوشاح أو القلادة التي تنظم حباتها من الأحجار الكريمة، وهو جنس أدبي شعري نشأ في الأندلس نتيجة عوامل عديدة يختلف دارسوه في تقدير أهميتها من بينها انتشار الغناء والموسيقى في الأندلس، والبيئة الأندلسية، والاحتكاك بالآخر وسواها من العوامل. وما لبث أن انتقل إلى المشرق ليغدو واحداً من الفنون السبعة في الأدب العربي التي تضم إلى جانبه: المواليا، وكان ياما كان، والقوما، والدوبيت، والسلسلة، والزجل وهي أجناس شعرية مختلفة ظهرت في عصور مختلفة نتيجة لمؤثرات داخلية وخارجية متنوعة، ويظهر بعضها تحللاً ملحوظاً من اللغة والعروض السائدين، وهي على وجه الإجمال أجناس فرعية عاشت، على هامش الأجناس الأدبية العربية الرئيسية.

النقد الأدبي: [16]

النقد الأدبي أو نقد الأدب تفكير منظم واضح ومحدد عن الأدب، يتخذ لنفسه صيغة الإنشاء اللغوي، وهو لذلك إنشاء لغوي عن إنشاء لغوي آخر هو الأدب. وأهم ما يميز النقد الأدبي من غيره من أنواع النقد الأخرى أنه يستخدم الأداة نفسها التي يستخدمها موضوعها في حين يشارك النقد الأدبي

[16]- المرجع السابق، ص622.

موضوعه وهي اللغة الطبيعية تمييزاً لها من اللغات الاصطناعية الأخرى كلغة إشارات المرور، ولغة الثياب، ولغة الرتب العسكرية، وغيرها [17].

واشتراك الإنشائين النقدي والأدبي في الأداة والمكونات الأساسية لا يعني إزالة كل تفريق بينهما، وتبقى لكل منهما هويته الخاصة به التي يعرف بها. والحقيقة أن الكتابة النقدية تستخدم اللغة الطبيعية استخداماً مختلفاً عن استخدام الكتابة الأدبية لها. فإذا كان لكل كتابة لغوية عدة وظائف تؤديها في آن معاً فإن مما لا شك فيه أن الوظيفة السائدة والناظمة لغيرها من الوظائف في الكتابة الأدبية هي الوظيفة الجمالية– كما أسلفنا– في حين تستخدم اللغة في الكتابة النقدية لتسهيل عملية التفكير في الكتابة الأدبية موضوع النقد، ولذلك فإنها تكاد تكون في مجملها مصطلحات ومفاهيم توظف بوعي وقصد لدلالاتها المحددة تحديداً دقيقاً ضمن إطار الإشارة الناظم للعملية النقدية [18].

ومع هذا الفارق الأساسي في توظيف كل من النقد الأدبي والأدب للغة الطبيعية، فإن الصلة بينهما وثيقة. فالنقد الأدبي تتحدد هويته وطبيعته بموضوعه. ويأتي هذا التحديد من حضور الأدب في النص النقدي الذي يراوح بين الحضور الصريح (كما في النقد التطبيقي) والحضور الضمني (كما في النقد النظري) والحضور بالفعل (كما هو الشأن في مختلف ضروب النقد الأدبي النظري والتطبيقي) أو الحضور بالقوة (في النقد النظري الطليعي الذي يحاول توجيه عملية الإنتاج الأدبي في مجتمعه وجهة جديدة[19].

وهناك على أية حال ثلاثة أنواع رئيسية من النقد الأدبي هي : [20]

أولاً– النقد التطبيقي أو العملي: أو ما يسمى عادة في النظرية النقدية المعاصرة بالتفسير، وليس بمعنى مواجهة النصوص الأدبية من جانب الناقد الذي يحاول بجملة من العمليات العقلية أن يضع يده على الآلية الداخلية للإنتاج الأدبي، متوخياً من ذلك توجيه الأديب إلى تطوير عمله، وتيسير استيعاب النص المنقود وتذوقه والحكم عليه من جانب القارئ. وربما كان من أبرز هذه العمليات: [21]

- ❖ –الشرح الذي يسعى إلى إيضاح كل ما غمض في النص من علامات لغوية وإشارات ثقافية أو غيرها بغرض تأسيس العمليات التالية على أرضية من الفهم السليم لهذا النص.

---

17 - المرجع السابق، ص 623.
18 - المرجع السابق، ص625.
19 - المرجع السابق، ص626.
20 - المرجع السابق، ص627.
21 - المرجع السابق، ص627.

❖ . **التحليل** الذي يفكك بنية النص المعقدة إلى وحداتها المكونة على مختلف المستويات بهدف الكشف عن آليات الإنتاج الأدبي، وبيان مختلف جوانب الجهد الفني الذي بذله الكاتب في إنتاجه لنصه.

❖ . **التفسير** الذي يحاول أن يبين دلالة النص الكلية من خلال إعادة بناء، قد تكون جذرية، لمكوناته المختلفة وتوجيهها الوجهة التي تتسق مع هذه البنية الدالة التي ندعوها بالنص.

❖ . **الموازنة** التي تهدف إلى توضيح جوانب من أداء الكاتب في مستوياته المختلفة بمقارنة هذا الأداء مع صور أخرى من أداء الكتاب الآخرين في المستويات ذاتها، وبالطبع فإن المشابهات والاختلافات التي يخرج بها الناقد الأدبي من موازناته تيسر عليه، وعلى القارئ فيما بعد، معرفة منزلة الكاتب بالقياس إلى الكتّاب الآخرين وتكشف عما يميزه منهم.

❖ – **الحكم** وهو العملية الأخيرة التي تؤدي إليها كل العمليات المتقدمة، وتكاد تكون النتيجة النهائية التي تقود إليها المقدمات السابقة. وعلى الرغم من أن بعضاً من أبرز النقاد المعاصرين يفضلون أن يدعوا الحكم على الآثار الأدبية من خلال الزمن، فإن كثيرين غيرهم يلحون على ضرورة هذه العملية، لأن النقد يقوم أساساً على التمييز ومجرد اختيار نص ما لمواجهته ثم شرحه وتحليله وتفسيره وموازنته ينطوي على حكم ضمني بجدارته بهذه العملية جميعها، وبالتالي فإنه ليس ثمة ضرورة للنفور من الحكم على الأثر الأدبي ما دام يستند إلى معرفة خبيرة وعميقة ومتدرجة تسوِّغ للناقد الذي يقدمها بين يدي حكمه – هذا الحكم الذي يعني الكثيرين من القراء ممن لا يتيسر لهم الوقت أو الخبرة النوعية فيستندون إلى هذا الحكم في قراءتهم للنصوص المتاحة لهم.

ثانياً– النقد النظري: أو الشعرية كما يفضل بعض نقاد العرب المعاصرين تسميتها، أو نظرية الأدب الداخلية. وهو حقل معرفي قديم - جديد، ظهر منذ مطلع النصف الثاني من القرن العشرين، وغدا اليوم تخصصاً محترماً تؤلف فيه الكتب، وتعقد له المؤتمرات وتنظم من أجله الأقسام، وتحدث له الكراسي في الجامعات، وتصدر في جوانبه المتشعبة الدوريات في مختلف اللغات. الهدف الأساسي من هذا الحقل المضي إلى ما وراء النقد التطبيقي أو العملي الذي تقدم الحديث عنه، لأنه، أي التفسير، لا يعدو أن يكون مواجهة لأمثلة مختلفة من الإنشاءات الأدبية الفردية، ونظرية الأدب المعاصرة تريد للنقد أن يخرج من مواجهته لهذه الإنشاءات بالكشف عن النظام الداخلي الذي يحكمها إنتاجاً واستهلاكاً في مستوياتها المختلفة، إنها تريد أن تستنبط النظام الأدبي الذي جعل الأدب أمراً ممكناً متأسية في ذلك بصنيع علماء اللغة المعاصرين الذين يعنون بالنظام اللغوي، مما يجعل اللغة أمراً ممكناً.

ويستند هذا التأسيس إلى حقيقة واضحة تتجلى في أن الأدب كتابة لغوي من نوع ما، فهي لذلك شكل من أشكال الممارسة اللغوية، بل نشاط لغوي يتم ضمن بنية اجتماعية مثل أشكال كتابة الأخرى.

وهو قابل للدراسة قابلية الكتابات الأخرى، ولذلك فإن من الطبيعي أن يتطلع المرء إلى النظام اللغوي، ويرى فيه للوهلة الأولى حاكماً لإنتاج هذه الكتابة اللغوية الفريدة المعنونة بالأدب. ولكن لو كان الأمر على هذا النحو لاستوى الناس جميعاً في كتابة الأدب وفي تذوقه عند قراءته. ولكنهم لا يستوون حتى في الأداء اللغوي بمختلف أنواعه وأشكاله على الرغم من اشتراكهم فيما يسمى بالقدرات اللغوية. ومعنى هذا أن الدارس مضطر للبحث عن شيء آخر، غير هذا النظام اللغوي، يحكم إنتاج الكتابة الأدبية المميزة أساساً بسيادة الوظيفة الجمالية فيها.

ولذلك فقد رأت فئة واسعة من نقاد الأدب، بعد أن تبيّنت أن النظام اللغوي لا يمكن أن يفسر أدبية الأدب، أن تستلهم النموذج اللغوي في سعيها لاستخلاص نظام يحكم إنتاج الكتابة الأدبية يمكن أن يدعى بالنظام الأدبي وما دام البحث عن النظام اللغوي الخاص بلغة ما يبدأ من تفحص الكتابات اللغوية الفردية بجميع أشكالها آنياً وتاريخياً ودراستها دراسة متمعنة بغرض وضع اليد على ما يجعل اللغة أمراً ممكناً، أي بغرض تحديد الأعراف، والقوانين، والأنظمة، والقواعد التي تيسر الأداء اللغوي وتجعله ممكناً، فإنه يمكن لناقد الأدب في بحثه عن النظام الأدبي الخاص بأدب أمة أن يبدأ من دراسة الكتابات الأدبية الفردية، أو النصوص التي ينتجها الأدباء في مختلف الأجناس الأدبية، وبعد أن يستغرق جملة وافية منها يستطيع أن يخرج بالنظام الذي يحكمها إنتاجاً واستهلاكاً. وبالطبع فإن مستويات استغراق النظام الأدبي يمكن أن تتدرج من إنتاج كاتب ما، إلى إنتاج جنس أدبي ما بلغة ما، في زمن ما، في مكان ما، إلى إنتاج جنس أدبي ما بلغة ما، لأمة برمتها، إلى الإنتاج الأدبي كله في مختلف الأجناس الأدبية لأمة من الأمم في الزمان والمكان. والمهم في ذلك كله أن يمضي الباحث في نظرية الأدب الداخلية من النصوص إلى ما وراءها حتى يقوّم من ذلك كله النظام الأدبي الذي تستند إليه، والذي يجعل إنتاجها واستهلاكها أمراً ممكناً بالدرجة الأولى. وبهذا يغدو النقد الأدبي النظري معرفة فكرية صحيحة [22].

ثالثاً– النقد الجديد: [23] وهو اتجاه يدرس التأثير وأسسه الفلسفية والنظرية وتطبيقاته ودوره، ويشير إلى التحول في مقاربة النصوص الأدبية من المقاربات الخارجية إلى المقاربات الداخلية. وهو أحد التيارات النقدية الحديثة التي تبنّت ذلك الأنموذج الجديد وساهمت في صياغته. ويولي جلّ اهتمامه لأدبية الأدب، أيّ لتلك الخصائص التي تجعل منه أدباً. فأهمية أيّ مقاربة للأعمال الأدبية تكمن في مدى قدرتها على جعلنا نفهم الجوهر الأدبي لتلك الأعمال، أي قيمتها وبنيتها الأدبية، بصورة أفضل[24].

---

22 - المرجع السابق، ص630.

23 - الأدب المقارن والاتجاهات النقدية الحديثة، موقع التربية والتعليم في الجزائر : http://www.educdz.com/oldsite/register.php-

24- الأدب المقارن والاتجاهات النقدية الحديثة، موقع التربية والتعليم في الجزائر : http://www.educdz.com/oldsite/register.php-

النقد الإعلامي:

يعد النقد الإعلامي من المفاهيم الحديثة، كما أنه ليس حقلاً معرفياً قائماً بذاته، ويرمي النقد الإعلامي إلى دراسة الأعمال الإعلامية بمضامينها المتنوعة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والترفيهية والإعلانية... وتقييم الممارسات المهنية وتفسيرها وتحليلها وفق قواعد طبيعة النظام الإعلامي السائد، والاشتراطات المهنية، وتقييم مضمون الخطاب وشكله وأسلوبه ووسيلته الإعلامية، وتبيان جوانب القوة والضعف ثم الحكم على الممارسة أو المادة الإعلامية، وبيان قيمتها ودرجة فاعليتها لدى الجمهور المستهدف من جهة، ووفق الهدف الرئيس للعملية الإعلامية من جهة أخرى، من خلال مقاييس كمية وكيفية، فليست جميع الأعمال الإعلامية ناجحة، ولا يمكن القول أنها جميعاً فاشلة، ومهمة النقد الإعلامي تخليص الإعلام من عناصر الفشل وقيادته لتحقيق أهدافه المتنوعة[25].

وهناك تصورات خاطئة لدى بعض بأن النقد الإعلامي قد لا يقوم على معايير علمية أو قد يتذرع المسؤول الممسك بملف القضية موضوع النقد أن النقد الإعلامي مجرد انطباعات شخصية من دون الاستناد إلى أساس علمي، ولكن عملياً النقد الإعلامي ليس انطباعات كما أن النقد الإعلامي بات ضرورة وطنية لصانع القرار ليتمكن من ضبط إيقاع الأجهزة والمنظومات الخدمية، ومعرفة ما يجري على الأرض[26].

وحتى نفهم النقد الإعلامي على نحو علمي ومنهجي لابد من ربط المفهوم بجذور التفكير الناقد الذي يعود لأكثر من 2500 عام، حيث تطرح الأسئلة الاستقصائية وصولاً للمعرفة التي يمكن تعليلها بوضوح واتساق منطقي. ويعرّف التفكير الناقد بأنه مفهوم ثري تطور عبر سنوات طويلة، وتعود جذور عبارة "التفكير الناقد" إلى منتصف أواخر القرن العشرين. وعرّف بأنه "العملية المنضبطة فكرياً على نحو ماهر وحيوي لفهم وتطبيق وتحليل وتأليف وتقييم المعلومات التي يتم تجميعها من خلال الملاحظة والتجربة والتأمل والتفكير والاستنتاج والمناقشة والتواصل كدليل على اعتقاد ما أو عمل ما. والتفكير الناقد النموذجي يستند إلى القيم الثقافية العالمية مثل الوضوح والدقة والإحكام والاتساق ووثاقة الصلة بالموضوع والدليل الصحيح والحجج السليمة والعمق والسعة في التفكير والنزاهة والإنصاف. ويستلزم التفكير الناقد فحص هياكل أو عناصر التفكير المتضمنة في: الغرض (الهدف)، المشكلة، القضية موضوع التساؤلات،

---

25 ـ خالد بن فيصل الفرم: النقد الإعلامي، صحيفة عكاظ، العدد 4257، الصدار في يوم الاثنين 2013/2/11م.
26 ـ المرجع السابق.

الافتراضات، المفاهيم، الأسس التجريبية، التفكير المؤدي للاستنتاجات، المضامين والنتائج، الاعتراضات من وجهات نظر بديلة، وتحقيق المرجعية[27].

ما يعني أهمية تنمية وظيفة التفكير النقدي نحو مضامين وسائل الإعلام، وقد تحقق هذا في كثير من الدول المتقدمة، التي تبنت مفهوم التربية الإعلامية Media Education لتنمية المهارات الاتصالية والفكرية للنشء وتحصين الشباب من التأثيرات السلبية لمضامين الإعلام، وتنمية مفهوم المعرفة الإعلامية، وتنمية المهارات النقدية لوسائل الإعلام خاصة في عصر الوفرة الإعلامية، فقد أصبح الكل يعبر عن فكر واتجاه وموقف، وأصبح الكل يستخدم الإعلام منصة لعرض منتجاته الفكرية وبرامجه الخدمية، لذلك تبرز أهمية تنمية ملكة النقد الإعلامي لدى الجمهور الذي يقوم بتقييم عمل الوسائل ونقد أدائها، بمعنى أن تصبح عملية النقد الإعلامي معياراً لتقييم الممارسات الإعلامية وتطويرها[28].

والناس الذين يفكرون بطريقة ناقدة يحاولون العيش بعقلانية، وهم مدركون تماماً الطبيعة الخاطئة أصلاً للتفكير الإنساني عندما يترك بلا رقابة، ولذلك يسعون للحد من تأثير ميولهم واتجاهاتهم الذاتية والاجتماعية، ويستخدمون لتحقيق ذلك الأدوات الثقافية التي يقدمها مفهوم التفكير الناقد والمبادئ التي تمكنهم من التحليل والتقييم وتطوير التفكير. وهؤلاء يعملون بجد لتطوير الفضائل كالسلامة الفكرية والتواضع الفكري والكياسة الفكرية والعاطفة الفكرية والإحساس الفكري بالعدالة والثقة. ويعمل أصحاب التفكير الناقد على تطوير العالم، والمساهمة في بناء مجتمع أكثر تحضراً وعقلانية، مع إدراكهم التام في الوقت نفسه بحجم التعقيدات المتأصلة في أغلب الأحيان[29].

ويؤدي تشجيع التفكير الناقد النموذجي إلى طرح الأسئلة والمشكلات الحيوية وصياغتها بدقة ووضوح. وتجميع وتقييم المعلومات ذات العلاقة واستعمال الأفكار المجردة لترجمتها بفعالية. والانتهاء إلى استنتاجات وحلول معقولة وجيدة، وفق المعايير والقواعد ذات الصلة. والتفكير بعقلية مفتوحة مع أنظمة بديلة من الفكر والاعتراف بها وتقييمها وفق ما تستحق، ودراسة فرضياتها، وملابساتها ونتائجها العملية. وأخيراً يحقق التفكير الناقد اتصالات فعالة مع الآخرين بتفهم الحلول للمشكلات المعقدة[30].

27- سفران سفر المقاطي: مفهوم وفلسفة التفكير النقدي في الإعلام، http://twitmail.com .
28- خالد بن فيصل الفرم: النقد الإعلامي، مرجع سابق..
29 - المرجع السابق..
30 - المرجع السابق.

وثمة عناصر التفكير الناقد: [31]

نادى بها "إدوارد جلاسر" إذ يقول إن القدرة على التفكير بشكل ناقد تتضمن ثلاثة عناصر:

1- **موقف يتعلق بطرح المشاكل والموضوعات** الواردة في نطاق تجارب المرء بطريقة فكرية.

2- معرفة طرق الاستقصاء والمحاجاة المنطقية.

3- بعض المهارات الخاصة بتطبيق تلك المناهج أو السبل.

وغالباً ما يستند النقد الإعلامي إلى: [32]

أولاً- الجانب الذاتي في التوجيه، لأنه يتمتع بالضبط الذاتي والمراقبة الذاتية والتصحيح الذاتي، ولذلك يتطلب معايير صارمة من البراعة والقيادة الحريصة في استخدامها، ويستلزم اتصالاً فعالاً وقدرات على حل المشكلات للتغلب على النوازع الذاتية والمجتمعية.

ثانياً- التحليل المنطقي للموضوع، فعندما نفهم عناصر التفكّر، سندرك أن كل المواضيع وجميع المجالات لها منطق أساسي له تراكيب فكرية. وحتى نبين منطقية أي موضوع، علينا أن نطرح الأسئلة منها: [33]

1- ما هو الغرض أو الهدف الرئيسي من دراسة هذا الموضوع؟ وماذا يحاول أن ينجز الأفراد في هذا الحقل؟

2- ما هي أنواع الأسئلة التي يطرحونها؟ وما أنواع المشكلات التي يحاولون حلها؟

3- ما هي أنواع المعلومات أو البيانات المقدمة؟

4- ما هي أنواع الاستدلالات أو الأحكام التي تكونت؟

5- كيف يتم جمع المعلومات؟

6- ما هي أكثر الأفكار الأساسية، المفاهيم أو النظريات في هذا الحقل؟

---

31 - المرجع السابق.
32 - المرجع السابق.
33 - المرجع السابق..

7- ما الذي اعتبره المختصون في هذا الحقل بديهياً وما الذي يحتاج إلى برهان؟

8- كيف ستؤثر دراسة هذا الحقل على نظرة الناس إلى العالم؟

9- ما هي وجهة النظر التي يتبناها هذا الحقل؟

10- ما هي النتائج التي تلي هذه الدراسة؟ وكيف تستخدم نتائج هذا الحقل في الحياة اليومية؟

ثالثاً- الذهاب باتجاه أعمق نحو فهم أكبر: إن معظم مفاهيم التفكير النقدي بديهية، ولدمج وتطبيق هذه المفاهيم تُبذل الجهود عقلية وتأملية، فلا بد للمفكر أن يمارس التفكير لإتقانه.

رابعاً- التفكير الإعلامي الناقد يسهم في تطوير الإعلام والمعرفة الإعلامية: يعد التفكير الناقد أمراً مهماً في المجالات الإعلامية لأنه يمكن المرء من تحليل وتقييم وشرح وإعادة تشكيل فكره، ومن ثم يقلل من خطورة تبني أو التصرف وفق معتقد خاطئ.

ويُظن عند ذكر النقد أنه مجرد إظهار للأخطاء والزلات والعيوب أمام الناس وهذا فهم خاطئ لمفهوم النقد، وعندما لا يعرف الأفراد والمجتمع النقد الهادف أو المفهوم الصحيح له تعم الأخطاء وتتدنى المستويات الفكرية والعملية والاجتماعية والإعلامية.

وغالباً ما ينقسم إلى نوعين:

1 - **النقد الهادم:** وهو الذي لا يعرف إلا ذكر العيوب والأخطاء فيبرزها للملأ ويصح أن نطلق عليه انتقاد تمييزاً له عن النقد البناء، لأن الأخير هو ما يشير إلى مفهوم النقد الحقيقي.

2 - **النقد الهادف:** وهو النقد الذي يبنى ولا يهدم وهو الذي يصحح ويصوب ويظهر الجيد من الرديء والحسنات والسيئات. وحتى يكون النقد هادفاً لابد أن يقوم على ثلاثة أساسية:

1- **الناقد نفسه:** فليس كل منّا يصلح للنقد، ولا بد من وجود ثلاث صفات في من يريد أن يكون ناقداً ويكون نقده هادفاً. وأن يكون على دراية تامة بالموضوع الذي يتناوله، لأن العلم هو الذي تقوم عليه الأحكام لذلك لا يؤخذ النقد من أنصاف المتعلمين ولا من الجهلة. وأن يكون الناقد صاحب عدل، ولا يخشى في قول الحق لومة لائم ومنصفاً في أقواله.

2 – **منهجية النقد:** وهي الطريقة العلمية التي يتبناها الناقد في تناوله لما ينقده، وتنظيم المدخلات للوصول إلى الاستنتاجات والأحكام التي تعزز ما يذهب إليه من أحكام.

3 – **الهدف من ممارسة النقد:** فالغايات التي وجد النقد من أجلها بيان الإيجابيات والسلبيات من أجل تعظيم الإيجابيات وتجاوز السلبيات، ليس بغرض التجريح أو الحط من مكانة الشيء المنتقد، وذلك من خلال الالتزام بقيم ومبادئ ومعايير الإعلام ولاسيما اللغوية منها.

وكثير من الخسائر الإعلامية التي تحدث يومياً، نتيجة انتشار معلومات أو انطباعات خاطئة، وصور مشوهة عن أنظمة سياسية أو شخصيات أو منشآت على الخارطة الإعلامية، وعدم القدرة على تصميم وبناء خطاب إعلامي قادر على التأثير محلياً وخارجياً بسبب ضعف الرؤية النقدية وعدم تقييم وتقويم الممارسات المهنية الخاطئة، فالسياسي والإداري والصحفي يجتهدون إعلامياً، ولكن تبقى هناك معايير لقياس تلك الاجتهادات الإعلامية تشمل شكل الرسالة، ومعايير أخرى تتعلق بمحتواها(34).

لذلك اهتم علماء اللغة والإعلام منذ وقت طويل باللغة المستخدمة في وسائل الإعلام حيث ركزوا على تركيب الجمل والقواعد النحوية والبلاغية المستخدمة، كما ناقشوا السمات البنائية والبلاغية الخاصة للغة الإعلام أو ما عرف بالخطاب الإعلامي. وتعرضت الدراسات اللغوية التقليدية والأسلوبية إلى انتقادات واسعة بسبب تركيزها على اللغة أو الأسلوب بعيداً عن السياق المجتمعي، وعلاقات القوة داخل المجتمع، من هنا ظهر ما يعرف بالاتجاهات اللغوية الاجتماعية، والتي اهتمت بدراسة اللغة الإعلامية من منظور اجتماعي ثقافي. فعلى سبيل المثال أثبتت دراسات أوربية أن تبسيط نطق نهايات الكلمات في لغة المذيعين تختلف بين محطات الإذاعة وفقاً للمهن الرئيسية لجمهور المستمعين. ومهدت هذه المساهمات إلى ظهور مدرسة اللغويات النقدية في السبعينات من القرن العشرين على يد مجموعة من الباحثين، وتقوم هذه المدرسة على محاولة الدمج والتأليف بين الدراسات اللغوية النظامية والدراسات اللغوية الاجتماعية والمناهج النقدية والدراسات السميولوجية، وتنطلق من تعدد وظائف النص، بخاصة النص الإعلامي، فهناك الوظيفة الفكرية، ووظيفة تصوير العلاقات الاجتماعية والهويات الاجتماعية، كما تنظر هذه المدرسة إلى النصوص كنتاج لاختيارات من بين الخيارات المتاحة من ناحية النحو ومفردات الكلمات وما إلى ذلك، وتعد اللغة هنا مجالاً للعمليات الإيديولوجية وللعمليات اللغوية. مع وجود علاقة محددة ومقررة بين هذين النوعين من العمليات، وعلى نحو محدد يمكن أن تحمل الاختيارات اللغوية داخل النصوص معنىً إيديولوجياً، من خلال دراسة عملية تحويل المواد الإخبارية الواردة من وكالات الأنباء والمصادر الأخرى إلى تقارير إخبارية منشورة، والتغييرات التي تخضع لها القصة

34 ـ خالد بن فيصل الفرم: النقد الإعلامي، مرجع سابق..

الإخبارية من تقرير لآخر، أو من التقارير إلى التحليل المعمق إلى المقالات الافتتاحية، عبر فترة زمنية معينة، فقد يحذف الفاعل بهدف ترك القوي الفاعلة أو الجهات المسؤولة غير محددة، كما قد تعاد صياغة الجمل أو يقع الاختيار على كلمات محددة بطريقة معينة تتضمن اختيارات وتحيزات أيديولوجية(35)

وركز اتجاه آخر على أهمية اختيار المفردات اللغوية والضمائر والأفعال المساعدة، وميز هذا الاتجاه بين النص والخطاب من ناحية المفاهيم والإجراءات النظرية والمنهجية والأهداف التي يسعى كل منهما إلى تحقيقها(36)(37).

---

35 - محمد شومان: إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية الدراسات المصرية نموذجا، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة المنيا، أبريل 2004، ص32 وما بعدها.

36 - Kress,Gunter and Hodge, Roert,Language as ideology,London, Routledge and Kegan Paul,1979.

37 -Alastair Pennycook , critical applied linguistics in A Davies and C.Elder,eds,Handbook of applied linguistics Oxford:Blackwell,2002.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة أن الأدب يشمل جميع الكتابات النوعية التي يمكن أن تدعي الخلود، واللغة الأدبية الأكثر حميمية، وتبرز الوظيفة الجمالية في وضع المهيمن. ويقصد بالأدب العام الشعر أو نظرية الأدب الداخلية أو بعبارة أخرى الأعراف والنظم، والقوانين، والقواعد، والمعايير ، والقيم والمقاييس، المستمدة من داخل الأدب. وفي تتبع المرء لمسيرة الأجناس الأدبية يمكنه أن يميز الأجناس التالية: الشعر الغنائي، والملحمة، والمسرحية، والقصة والسيرة، والمقالة فضلاً المقامة والموشح.

والنقد الأدبي تفكير منظم واضح ومحدد عن الأدب، يتخذ لنفسه صيغة الإنشاء اللغوي، وهناك ثلاثة أنواع رئيسية من النقد الأدبي هي: النقد التطبيقي أو العملي، والنقد النظري، والنقد الجديد.

كما يعد النقد الإعلامي من المفاهيم الحديثة، ويؤدي تشجيع التفكير الناقد النموذجي إلى طرح الأسئلة والمشكلات الحيوية وصياغتها بدقة ووضوح. وتجميع وتقييم المعلومات ذات العلاقة واستعمال الأفكار المجردة لترجمتها بفعالية. والانتهاء إلى استنتاجات وحلول معقولة وجيدة، وفق المعايير والقواعد ذات الصلة. والتفكير بعقلية مفتوحة مع أنظمة بديلة من الفكر والاعتراف بها وتقييمها وفق ما تستحق، ودراسة فرضياتها، وملابساتها ونتائجها العملية. وأخيراً يحقق التفكير الناقد اتصالات فعالة مع الآخرين بتفهم الحلول للمشكلات المعقدة. وغالباً ما ينقسم إلى نوعين (النقد الهادم – النقد الهادف).

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- تشير كلمة الأدب إلى:

A. الأدب بوصفه واحداً من الفنون الجميلة الستة أو السبعة

B. ترجمة لكلمة "grammatiké""غرامّتيكي" اليونانية، التي تعني معرفة القراءة والكتابة

C. تعني معرفة الحرف

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة A

2- يقصد بالأدب العام:

A. فن الشعر *أو* نظرية الأدب الداخلية

B. الأعراف والنظم، والقوانين، والقواعد، والمعايير، والقيم والمقاييس، المستمدة من داخل الأدب

C. إلى زمن تغدو فيه الآداب كلها أدباً واحداً

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة D

3- يعنى مصطلح الأدب المقارن بدراسة:

A. الأدب الشفوي أو دراسة الصلة بين أدبين قوميين أو أكثر

B. دراسة الأدب خلف حدود بلد معين

C. ودراسة العلاقات بين الأدب من جهة ومناطق أخرى من المعرفة والاعتقاد من جهة أخرى

D. a و b

E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

4- من أبرز الأجناس الأدبية:

A. الشعر الغنائي
B. الملحمة
C. المسرحية
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

5- يقصد بالملحمة:

A. جنس أدبي رئيسي قوامه القصيدة
B. جنس أدبي شعري موضوعي يقوم على القصيدة القصصية الطويلة
C. جنس أدبي موضوعي كانت أداته الغالبة هي الشعر حتى القرن التاسع عشر
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة A

6- من أنواع المسرح:

A. المأساة
B. الملهاة
C. المسليات
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

7- من أبرز أشكال القصة:

A. الرواية
B. القصة القصيرة
C. الرواية القصيرة
D. a و b

E. a وb و c.

الإجابة الصحيحة E

8- يقصد بالرواية القصيرة:

A. سرد تخيلي يجتمع فيه عادة الحديث والتحليل النفسي للشخصيات وتصوير المجتمعات والعالم الخارجي
B. جنس أدبي فرعي طوره أساساً الكاتب الإيطالي "بوكاتشو" استلهم فيها قصة ألف ليلة وليلة
C. لقطة تصويرية موضوعها في الغالب تلك اللحظات العابرة القصيرة في الحياة الإنسانية
D. a وb
E. a وb و c

الإجابة الصحيحة C

9- يقصد بالسيرة:

A. ترجمة لحياة شخص ما أدى دوراً مهماً في مجتمعه
B. ترجمة لحياة مؤلفها
C. المعالجات الجادة لموضوع ما بأسلوب رفيع محكم
D. a وb
E. a وb و c

الإجابة الصحيحة D

10- هناك أجناس أدبية تكاد تكون مقتصرة على الأدب العربي منها:

A. المقامة
B. الموشح
C. المقالة
D. a وb
E. a وb و c

الإجابة الصحيحة D

11- يقصد بالنقد الأدبي:

A. تفكير منظم واضح ومحدد عن الأدب
B. إنشاء لغوي عن إنشاء لغوي آخر هو الأدب
C. يستخدم الأداة نفسها التي يستخدمها موضوعها في حين يشارك النقد الأدبي موضوعه وهي اللغة الطبيعية تمييزاً لها من اللغات الاصطناعية الأخرى كلغة إشارات المرور
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

12- يرمي النقد الإعلامي إلى:

A. دراسة الأعمال الإعلامية بمضامينها المتنوعة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والترفيهية والإعلانية
B. تقييم الممارسات المهنية وتفسيرها وتحليلها وفق قواعد طبيعة النظام الإعلامي السائد
C. تقييم مضمون الخطاب وشكله وأسلوبه ووسيلته الإعلامية، وتبيان جوانب القوة والضعف ثم الحكم على الممارسة أو المادة الإعلامية
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

13- يؤدي تشجيع التفكير الناقد النموذجي إلى:

A. طرح الأسئلة والمشكلات الحيوية وصياغتها بدقة ووضوح
B. تجميع وتقييم المعلومات ذات العلاقة واستعمال الأفكار المجردة لترجمتها بفعالية
C. الانتهاء إلى استنتاجات وحلول معقولة وجيدة، وفق المعايير والقواعد ذات الصلة
D. a و b
E. a و b و c

الإجابة الصحيحة E

14- غالباً ما يستند النقد الإعلامي إلى:

A. الجانب الذاتي في التوجيه، لأنه يتمتع بالضبط الذاتي والمراقبة الذاتية والتصحيح الذاتي

B. التحليل المنطقي للموضوع، فعندما نفهم عناصر التفكّر

C. الذهاب باتجاه أعمق نحو فهم أكبر

D. a وb

E. a وb و c

الإجابة الصحيحة E

المراجع

1. الموسوعة العربية، الأدب نظره عامه وتعريفه وأنواعه، بالاعتماد على موقع: http://www.arab-ency.com/.
2. الأدب المقارن والاتجاهات النقدية الحديثة، موقع التربية والتعليم في الجزائر http://www.educdz.com/oldsite/register.php.
3. خالد بن فيصل الفرم، النقد الإعلامي، صحيفة عكاظ، العدد 4257، الصادر في يوم الاثنين 2013/2/11م.
4. سفران سفر المقاطي، مفهوم وفلسفة التفكير النقدي في الإعلام، بالاعتماد على موقع: http://twitmail.com.
5. محمد شومان، إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية الدراسات المصرية نموذجا، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة المنيا، أبريل 2004
6. Kress, Gunter and Hodge, Roert, Language as ideology, London, Routledge and Kegan Paul, 1979.
7. Alastair Pennycook, critical applied linguistics in A Davies and C.Elder, eds, Handbook of applied linguistics Oxford:Blackwell, 2002.

الوحدة التعليمية العاشرة

أخطاء شائعة في اللغة الإعلامية

الأهداف التعليمية:

تهدف هذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية:

1- التعرف على أسباب فشل اللغة الإعلامية في إيصال الرسالة الإعلامية..

2- التعرف على أبرز أنواع الالتباس في الكتابة الإعلامية..

3- التعرف على أبرز أخطاء اللغة الإعلامية، وأسبابها .

4- التعرف على مجموعة من القواعد التي تجنب الكاتب الأخطاء اللغوية في الإعلام.

أخطاء شائعة في اللغة الإعلامية

تعد اللغة وعاءً لنقل محتوى وتقريبه من أذهان الناس، وتفشل اللغة الإعلامية في توصيل الرسالة في عدة حالات منها:

1 - عندما تفشل في إدراك حقيقة أن الكلمات ليست سوى أصوات رمزية ومرد هذا الخطأ إلى الأيمان بالقوة السحرية للكلمات.

2 – عندما نفترض أن الكلمات تعطينا ضمانات بالقياس إلى الأشياء، فنحن نتصور أن الاسم والجرس جميل الوقع يدل على جودة صنع الشيء الذي يشير إليه، وتقتضي لغة الإعلام أن نسمي الأشياء بمسمياتها.

3 - عندما تكون الكلمات لها أكثر من معنى واحد يؤدي إلى الفشل في الاتصال والتحرير الإعلامي، مما يحدث التباساً، وهناك عدة أنواع من الالتباس في الكتابة الإعلامية هي:

أ . التباس الجمل، بمعنى تركيب العبارة بشكل يفضي إلى الخطأ في التفسير.

ب . التباس التطنيب ويحدث عندما نضع تشديداً غير مناسب على نبرة الصوت عند النطق بكلمات في الجملة.

ج . التباس الفحوى: أي الالتباس بالقياس إلى أهمية أو مغزى مضمون الرسالة الإعلامية.

د . الافتقار إلى الفهم حيث يؤدي إلى فشل الكتابة الإعلامية حيث لا يعرف المستقبل ما تعنيه كلمات المرسل، ولا يفهم ما يعني، ولذلك يتعين على المحرر أن يعرف فيما يتكلم، وعند استعمال تجريدات لا يعرفها الجمهور العام ينبغي توضيح معانيها، كما يجب تجنب استخدام (التعميمات البراقة) التي لا يفهمها الجمهور المستهدف.

وتتعدد الأخطاء في لغة الإعلام، من حيث المستوى، ولغة التعبير، ولعل أبرز أخطاء الإعلام بعامة، واللغة الإعلامية بخاصة الآتي:

أولاً– خلط الرأي بالخبر:

يعود هذا الخطأ في صياغة الموضوعات ولاسيما الأخبار لضعف القدرات الكتابية، وآفاق الإبداع لدى الإعلاميين، ولكنها ليست السبب الوحيد، فهذا الضعف يجد من يحتويه ويغذّيه!، وجديرٌ بالمؤسسة الإعلامية التي تسعى للتطوّر، وتحافظ على معايير الجودة – فنياًَ وسلوكاً مهنياً– أن تعالج هذا الضعف بالتطوير وعقد الدورات التدريبية، وورش العمل، وإلا فلتسعَ إلى حماية سمعتها بإبعاد منابع

الضعف. ومشكلة دمج الرأي (الذاتي) بالمادة الإخبارية يعود في أحد أسبابه إلى (طبيعة المؤسسة الإعلامية) والفلسفة الإدارية التي يحملها مسؤول التحرير.

ثانياً– الأخبار الناقصة والغامضة:

أحياناً ترد بعض الموضوعات مجزوءة لا تعطي معنى واضحاً، ودفعها للبث أو النشر على هذا النحو يعود لضعف القدرة، إما معرفياً، أو فنياً، أو للقصور في الأداء اللغوي، بضعف الوعي بدلالات الألفاظ، أو قصور إدراكه لحدود الإيحاء في العبارة التي صاغها. وقد يكون السبب عائداً لقيود سياسة المؤسسة، أو السياسة العامة. وقد يكون الخبر ناقصاً من المصدر، ولكن الصحفي – بدافع حرصه على مواكبة الحدث، وتحقيق السبق– يضحّي بالضوابط المهنية في صياغة الخبر.

ثالثاً– صياغة العناوين غير المعبرة عن الموضوع:

يعد العنوان عنصراً جوهرياً في الكتابة الإعلامية، لذلك غالباً ما يوكل إلى محرر مختص يسمى "محرر العناوين" ومن أخطاء تحرير العنوان الإطناب (زيادة طول العناوين) أو تقديم عنوان بارد يخلو من الإثارة، وأحياناً عدم وجود عنوان. هذه المظاهر تعود قطعاً لضعف قدرات المحرّر. وهذه القدرات تحتاج أولاً لوجود مهارة (التعبير)، والتمييز بين الأساليب، والوعي بقدرة الكلمة. وكما يقال (الأسلوب هو الرجل)، فلكلّ شخص بصمته الظاهرة بانتقاء كلماته، وقدرته الأدبية على التصوير، والتكثيف. في بعض الحالات يفرض العنوان نفسه ولاسيما في اللغة الإذاعية، فيتم تجاوز أصول القواعد، وبصفة عامة من الخطأ فصل المضاف عن المضاف إليه مثل قول "حكومة وشعب سوريا"، والصحيح هو "حكومة سوريا وشعبها ".

رابعاً– أخطاء في كتابة الأسماء:

عند كتابة الأسماء يذكر الاسم قبل الوظيفة في النص الصحفي، مثال: قال وزير الإعلام … وفي حالة الرؤساء والزعماء والمشاهير، تذكر الصفة أولاً مثل: الرئيس كذا أو فلان، ثم يذكر الاسم. ويكتفى في العنوان الصحفي بالوظيفة أو الاسم للاختصار. كما تكتب الأسماء غير العربية بالأحرف اللاتينية عند الحاجة الماسة، دون وضعها داخل علامتي تنصيص.

---

[1] - الأبية: أثر الإعلام في تقويض دعائم العربية ، أبرز التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على العربية الفصحى ، بالاعتماد على http://www.midadulqalam.info/midad/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=4

خامساً- ثمة أخطاء في اللغة الإعلامية من أبرزها:[1]

1ـ غزو الألفاظ العامية للنص الإعلامي وشيوع الألفاظ والأساليب العامية في الإعلام تكريس لها في أوساط المجتمع من جهة، ودفن اللفظ الفصيح من جهة أخرى. وفي بعض الصحف تكتب مقالات كاملة باللهجات العامية، وتبث كثير من بعض برامج الإذاعة والتلفزيون باللهجات العامية. كما استحدثت بعض الصحف صفحات لنشر القصائد العامية، وظهر في الإذاعة المسموعة والمرئية برامج تتحدث عن الشعر العامي وبعضها تخصص بالأدب الشعبي، واهتمّ بالدراسات الشعبية[2]، فإذا كان مبرراً استخدام اللهجة العامية لكتابة الشعر الشعبي أو إذاعته، ووجود بعض المفردات العامية في الكتابات الصحفية ولاسيما الساخرة (التي تقوم على فن النكتة لعدم قابليتها الترجمة إلى الفصحى) من غير المقبول الكتابة بلهجة عامية في وسائل الإعلام المطبوع، وإذاعة برامج بهذه اللهجات في الإعلامين المسموع والمرئي.

2ـ شيوع اللحن والأخطاء النحوية، والأساليب اللغوية الركيكة في وسائل الإعلام الجماهيري، ويرجع ذلك إلى عدم إلمام المحررين بقواعد النحو العربية، والسرعة وعدم الاعتناء بالأساليب اللغوية السليمة، والبحث عن أقرب الطرق إلى أذهان القراء وإفهامهم، وهم لذلك يجعلون الفصاحة واللكنة، والخطأ والصواب، والإغلاق والإبانة، والملحون والمعرب [3] مادام القارئ يفهم المقصود ويستوعب المنشور.

ويخطئ من يظن أن لغة الإعلام تتحرر من القواعد النحوية والصرفية، وذريعة استنادها إلى الأحداث الفجائية، تجيز لها أن تتصف بالشذوذ النحوي والإملائي، بل على العكس من ذلك.. إذ أنّ انتشار الوسيلة الإعلامية وتغطيتها مساحات شاسعة يحتّم عليها أن تبحث عن الرقيّ في خطابها الإعلامي، حتى تكون إحدى أدوات النهوض بالأمة.

3ـ في اللغة الإعلامية عامة، واللغة الصحفية على وجه الخصوص، هناك ما يمكن تسميته بالقوالب الجاهزة التي تصبّ فيها المادة الصحفية، فلو تتبعنا طريقة كتابة خبر معين في عدد من الصحف، فسنجد أن صياغة الخبر تكاد تكون متماثلة من حيث المفردات المستخدمة، والأساليب التعبيرية. وكون اللغة الإعلامية تتطلب الوضوح والبعد عن الألفاظ المبهمة والأساليب الغامضة، فإن ذلك لا يعني أن يلجأ المحرر دوماً إلى ذات الألفاظ.. والصياغة المعتادة! إنّ معجم العربية غني بالكلمات والأساليب التي لا حصر لها، لكنّ الإصرار على إهمال جزء كبير من هذا المعجم، والاكتفاء ببعض ما فيه، أفقد العربية أهم خصائصها ومميزاتها، فاللفظ الذي يصحّ أن يكون له معانٍ متعددة، اقتصر على معنى واحد وأُهمل الباقي، والمعنى الذي تؤديه عدة ألفاظ، استُعمل منها لفظ واحد، أو اثنان وأُهمل ما عداه، وقد أوجد هذا الأمر فقراً في المفردات اللغوية وأساليب التعبير في اللغة الإعلامية.

---

2 - المرجع السابق.
3 - مصطفى صادق الرافعي: وحي القلم، الجزء3، ب ن ب ت، ص 204.

4_ استخدام الألفاظ والمفردات الأجنبية مع وجود لفظ عربي مقابل لها، ونشر الإعلانات المصاغة بلغة أجنبية[4]. أو التوسع في الاشتقاق من دون مراعاة الضوابط اللغوية في ذلك[5].

5_ استعمال كلمات عربية الأصل في غير مواضعها فتعطي معنى مختلفاً عن معناها الصحيح[6].

6_ الاستهانة بالقواعد النحوية والرفع والنصب والجر، كما يحلو للكاتب ويظهر ذلك في لغة المشافهة، كما يظهر في اللغة المكتوبة في المثنى وجمع المذكر السالم والأسماء الخمسة[7].

7_ الكتابة بأساليب جديدة هي تقليد للأسلوب الأجنبي ومحاكاته، والابتعاد عن الأساليب العربية [8].

ولتجنب الخروج عن المألوف في اللغة العربية واستعمال لغة إعلامية صحيحة من المهم تذكر الآتي: [9]

1 – الابتعاد عن استخدام المجاز والتشبيه والأنواع البيانية الأخرى.

2 – تجنب الألفاظ الطويلة إذا كان ثمة لفظة قصيرة تقوم مقامها. مثل: في هذه اللحظة من الزمن: الآن أو في رابعة النهار: نهاراً.

3 – استخدام زمن واحد إذا أمكن ذلك، فحين نتحدث في زمن الماضي يتعين أن نستمر هكذا، بينما القفز من زمن إلى آخر فهو خارج قواعد اللغة ويربك تسلسل الأحداث.

4 – تجنب استخدام المبني للمجهول إذا أمكن استخدام المعلوم.

5 – الابتعاد عن استخدام العبارات الأجنبية أو العلمية أو العامية إذا أمكن العثور على بديل عربي شائع.

6 – تجنب الإفراط في استخدام الصفات والظروف. مثل: الجحيم الملتهب: الجحيم، مدينة بغداد: بغداد.

7 – استخدام المقتبس المباشر من أجل الأسلوب المميز والتوكيد.

8 – تجنب الحشو، والحشو من آفات اللغة الإعلامية، وبلغ في الفترة الأخيرة مرحلة خطيرة، وخاصة بسبب تأثير القنوات الفضائية العربية التي تدخل كل بيت وتميل إلى السرعة والترجمة غير الدقيقة. ومن هذه القنوات بدأت تتفشى ظواهر لغوية خطيرة تهدد أسس اللغة العربية. إذا أصبح هناك إفراط في استخدام كلمات وعبارات جديدة على اللغة الصحافية مثل "هذا وقد" أو عبارات مبتورة لا علاقة لها باللغة العربية السليمة مثل أن تبدأ جملة بـ "إلى ذلك" وذلك اختصاراً لعبارة

---

4 - الأبية: أثر الإعلام في تقويض دعائم العربية، أبرز التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على العربية الفصحى، مرجع سابق.

5- انتظار عباس سوادي: اللغة الاعلامية وضرورة التصويب، مرجع سابق.

6- المرجع السابق.

7- المرجع السابق.

8- المرجع السابق.

9- المرجع السابق.

"إضافة إلى ذلك". وهناك أيضا الإفراط في استخدام "قد" بينما المفروض ألا تستخدم إلا في حالة واحدة هو أن تلي كان فيقال كان الرئيس قد زار وهذا هو الاستثناء الوحيد المسموح فيه باستخدام قد.

9 ـ تجنب الإفراط في استخدام كلمة "قام"، التي باتت تستعمل في كل مكان ولتغطية أي عجز لغوي. فمثلاً أصبح يقال "قام بالأكل" و"قام بالكلام" و"قام بالقتل"... مع أنه من الأسهل استخدام الفعل المجرد كالقول "أكل" و"نام" و"تكلم" و"قتل" ولكن الواضح أن السبب هو التهرب من بذل جهد في تصريف الفعل. ويستخدم بعض الباحثين عبارات مثل "أقام فلان مظاهرة" و"أقام حاجزاً" و"أقام حفلاً" و"أقام منحة" و"أقام بيتا"، مع أنه من الأسهل والأفضل والأفصح استعمال أفعال أنسب لذلك مثل "نظم مظاهرة" و"نصب حاجزاً" و"استضاف حفلاً" و"أنشأ منحة" و"شيد بيتا".

10 ـ تجنب الإفراط في استخدام كلمة "تم"، ومعناها الحرفي "اكتمل"، ومنهم من اعتاد استخدامها أصلاً لتلافي التشكيل في حالة المجهول. فبدلاً من كتابة "اعتمد" استخدمت عبارة "تم اعتماد". ولكن هذا الاستعمال بدعة لا وجود له في اللغة العربية ولا في قواعد اللغة والبلاغة. ويأتي استخدام "تم" في بعض الأحيان مغالطاً للمضمون، إذ يقال مثلاً "تمت محاولة الاغتيال" أو "تمت المفاوضات الفاشلة". فكيف "تتم" المحاولة إذا كانت مجرد محاولة، أو كيف "تتم" المفاوضات إذا فشلت؟ ولذلك يفضل استخدام كلمة "جرى" التي قد تعني استمرار مفعول الفعل، لكنها على الأقل، لا تعني إكماله أو اكتماله.

11 ـ تجنب الإفراط في اللجوء إلى كلمات أسهمت فيها الترجمة الحرفية من اللغات الأجنبية. ككلمتي "عدم" و"غير" فبدلاً من كلمة "مجحف" أو "ظالم" يكتب بعض الصحفيين "غير عادل" ويكتب بعض الصحفيين "غير منظم" بدلاً من "عشوائي" أو "فوضوي"، أو يكتب "عدم الاستقرار"بدلاً من "الاضطراب"، أو يكتب "عدم القدرة" مع أن هناك كلمات مثل "العجز"... وعليه، إذا وجد المحرر أو المترجم نفسه مجبراً على استخدام كلمة قريبة من "عدم" فبإمكانه استخدام "تجنب" و"تحاشى" (كتجنب الاتصال وتحاشي التفاوض) و"انعدام" (انعدام الاستقرار أفضل من عدم الاستقرار)، أو حتى "قلة" (قلة الفهم بدلاً من عدم الفهم).

12 ـ من الأخطاء التي ليس لها مبرر أيضاً سوء استخدام حرف "الواو" من دون مسوغ بخاصة بعد الذي أو التي، كأن يقال: توفي.... هنا لا حاجة مطلقاً للواو فلا هي للعطف ولا للسببية ولا للقسم ولا لأي سبب مفهوم.

13 ـ هناك فارق مهم بالنسبة لاستخدامات الفعل المتعدي والفعل اللازم. فالفعل المتعدي (مثل: أكل وشرب وقتل وناقش وأسس) يأخذ مفعولاً به، بينما لا يحتاج الفعل اللازم (مثل: ركض وسار

وقفز ومات) إلى مفعول به. وهكذا لا يجوز مثلا كتابة "مناقشة الحكومة لقضية اللاجئين"، بل "مناقشة الحكومة قضية اللاجئين"، لأن ناقش فعل متعد.

14 ـ استخدام "ال" التعريف في سياق عبارة "يعتقد- يرى- يؤمن الكثيرون" استخدام خاطئ أو على الأقل قليل الفصاحة. فالقصد هنا الإشارة إلى أناس مجهولين، أو أنهم كثر إلى درجة أن معظمهم مجهولون، وبالتالي يستحسن في هذه الحالة استخدام "كثيرون". في المقابل يجب استخدام "ال" التعريف في جمل مثل "جاءت الفتاة البالغة الجمال"، وتحاشي عبارة "جاءت الفتاة بالغة الجمال".

15 ـ ينبغي تجنب استعمال كلمة "أكد- يؤكد" في معنى "قال" أو "ذكر"، والاقتصار في استعمالها ضمن إطار تأكيد صحة كلام متنازع حوله أو تأكيد نفيه، مثل " أكد الرئيس... أنه لن يترشح للانتخابات" أو "أكد... أنه سيزور دمشق الاثنين وليس الثلاثاء". وهنا يجب استخدام الأفعال بحسب ما يجب أن تفيد. فـ"قال" يمكن أن تبدأ القول و"أضاف" تضيف معلومة أخرى. أما "أوضح" فإنها توضح الفقرة التي سبقتها. و"أكد" تؤكد شيئاً قيل سابقاً. ولا يجوز استخدام "صرح" إذا كنا نتحدث عن مصدر. فالمصدر لا يقتضي العلنية، في حين أن التصريح يعني أن المصدر يستطيع أن يقول أو يذكر أو يفيد لكنه لا يصرح.

16 ـ بالنسبة لكتابة الأحرف الأعجميةP/G/V يستخدم حرف "الغين" لترجمة G في الأجنبية مثل "ديغول" و"ريغان"، ذلك أن العرب قلبوا هذا الحرف دائماً إلى "غين"، كما هي الحال مثلاً مع كلمات "جغرافيا" Geography و"إغريق" Greeks، و"غاز" Gas.

17 ـ بالنسبة لاستعمال الهمزة، قواعد اللغة العربية واضحة في هذا المجال ولا حاجة فيها للاجتهاد. فكلمة "مسؤول" تكتب فيها الهمزة على واو (لا مسئول)، وفي "رؤوف" تكتب أيضاً على واو متبوعة بواو (لا رءوف). فالفعل الثلاثي في المثل الأول "سأل" (لا سئل)، وبما أن الضمة هي ثاني أقوى الحركات بعد الكسرة الغائبة من صيغة "مفعول"، وجب كتابة الهمزة على واو متبوعة بواو. أما المثل الثاني فواضح لا لبس فيه، فالضمة أقوى من السكون.

18 ـ هناك لغط دائم حول "العام" و"السنة". والواقع أن العام هو العام التأريخي المحدد إما بتقويم (ميلادي أو هجري) أو بحدث استثنائي (عام الفيل)، أما "السنة" فهي أي فترة 12 شهراً، وبناء عليه فكل عام سنة أي 12 شهراً لكن ليست كل سنة (سنة مالية/ ضريبية مثلاً) عاماً. وبالتالي يستحسن كتابة "أطل علينا عام 2000" و"عمر فلان 25 سنة".

19 ـ بالنسبة لجمع الكلمات التي هي على وزن "مفعول"، مثل "موضوع" و"مشروع"، هناك مدرستان، الأولى تنحو نحو جمع التكسير (مواضيع ومشاريع) والثانية نحو جمع المؤنث السالم

(موضوعات ومشروعات). وثمة اجتهادات عديدة لصالح كل طرف لكن يفضل استخدام جمع المؤنث السالم (مثل أحاديث وموضوعات).

20 _ في اللغة العربية لا يجوز أن يبدأ الاسم بساكن، ولكن الاستثناء الوحيد مقبول في الأسماء الأعجمية مثل: "بروكلين" و"سكوتلاندا" و"استوكهولم"…. كما يستحسن كتابة المضاف والمضاف إليه على سطر واحد، وخاصة في ما يتصل بأسماء العلم، مثل: "عبد الحميد" و"خان يونس" و"نيو مكسيكو".

21 _ بالنسبة للأيام والأشهر والأعوام يفضل استخدام المقبل وليس القادم فالقادم من القدم مما يعني السير..كما يفضل عدم استخدام هذا اليوم أو هذا الشهر أو هذا العام بل تستخدم اليوم فقط أو الشهر الحالي أو العام الحالي لأن "هذا" تعني الإشارة إلى شيء معين سبق ذكره.

22 _ من الأخطاء أيضاً استخدام كلمة "ليلة" إشارة إلى "مساء اليوم" نفسه فيقال "ليلة الخميس" باعتبار أن المقصود هو الخميس ليلاً لكن ليلة الخميس هي في الواقع الليلة التي تسبق يوم الخميس أي الأربعاء ليلاً.

23 –هناك خطأ بدأ يتفشى حديثاً وذلك باستخدام الفاصلة محل الواو فيقال مثلاً: زار الرئيس التونسي الهند، باكستان، المجر، هولندا والنرويج. وهذا استخدام وارد في اللغة الإنكليزية فقط أما في العربية فالفاصلة لا تحل محل الواو والصحيح هو زار الرئيس التونسي الهند، وباكستان، والمجر، وهولندا، والنرويج.

24 _ تتفشى هذه الأيام ظاهرة استخدام "أعلن عن" في غير موقعها الصحيح لأن الفعل يتعدى بنفسه، إذ يقال أعلن الرئيس… عن تشكيل لجنة..و"عن" هذه لا داعي لها بل يكفي القول "أعلن تشكيل" لأن "عن" تستخدم فقط إذا كان المقصود الكشف عن شيء، فيقال في هذه الحالة: أعلن الرئيس… عن خطة جديدة ستنفذ. كما يساء استخدام أكد فيقال "أكد" الوزير "على" التزام بلاده الحياد تجاه الأزمة بينما الصحيح هو أكد الوزير التزام بلاده لأن أكد يتعدى بنفسه وبحرف الجر.

25 – الكلمات التي تكتب مع همزة وصل قليلة في العربية أشهرها: اسم، وابن، وابنة، واثنان، واثنتان، وامرؤ، وامرأة، والاثنين.

26 – كثيراً ما تستعمل (لام الجر) بدل (إلى). صحيح أن حروف الجر تتبادل فيحل بعضها محل بعض، ولكن ليس كيف ما شاء الإنسان. فاللام تدل على الإسناد والتبعية والسكون، ولا توحي بالحركة. وبالتالي فالأفعال التي توحي بالحركة يجب استخدام (إلى) معها، فضلاً عن أن بعض الأفعال تتعدى ضرورة بـ (إلى) لا بـ (اللام). فمثلاً استخدام (إلى): سافر الرئيس إلى

لندن ووصل الوزير إلى القاهرة لأن سافر ووصل ينمان عن الحركة. وتستعمل (اللام) التي تدل على السكون: سلم أمرك لله، أو: هذا السؤال موجه لفلان.

27 ـ يخطئ كثيرون فيكتبون فيغفلون النقطتين فوق التاء في مثل: الجامعة، والمدرسة، وعدم إهمالهما فتصبح التاء هاء.

28 ـ (إلا) حرف استثناء تنصب المستثنى إذا كانت الجملة مثبتة، مثل: لا إله إلا الله، ومثل: جاء الوزراء كلهم إلا وزيراً واحداً... أما إذا كانت الجملة منفية فيبطل عملها لأنها تصبح أداة حصر لا حرف استثناء، مثل: ما جاء إلا عشرون وزيراً.

29 ـ الاسم المنقوص أي المنتهي بياء مكسور ما قبلها، إذا جاء منوناً تحذف ياؤه رفعاً وجراً، مثل: هذا قاضٍ (في حالة الرفع) ورأيته في نادٍ من الأندية (في حالة الجر). لكن الياء تبقى في حالة النصب، مثل: شاهدت ساعياً.

30 ـ الألف المتحركة تعرف بالهمزة وإذا وقعت أولاً كتبت بصورة الألف: أحمد وأسماء وإكرام، ووصلية كابن واستخرج، وأما الألف الساكنة ويقال لها الألف اللينة، فهي التي لا يبتدأ بها مثل قام. إذا كانت همزة وصل فتحذف بعد الفاء والواو متى كان بعدهما همزة، مثل: فأتني وأذن لي. وبعد اللام الداخلة على مصحوب ال مثل: فعلت هذا للخير. وإذا كانت الهمزة متوسطة ساكنة تكتب بحرف حركة ما قبلها مثل: بأس وبؤس وبئس، إلا إذا كانت مقلوبة بعد همزة الوصل ثم ردت إلى أصلها فترسم بصورة الحرف الذي قلبت إليه لانتقالها منه فتكتب بالياء مثل: هذا الذي أؤتمنت عليه. وإذا وقعت الهمزة بين ألف وياء جاز أن تكتب همزة أو ياء مثل: بقاءي أو بقائي والراءي أو الرائي.

31 ـ تتكرر كثيراً كتابة الهمزة المتطرفة بشكل مجانب للقاعدة. لذا وجب التذكير بها: – تكتب الهمزة المتطرفة مفردة إن جاءت إثر ساكن صحيح أو معتل، مثل: جزء – دفء – ضوء – شيء – بطء – عبء. كما تكتب الهمزة المتطرفة على ياء إذا كان الحرف الذي قبلها مكسوراً وكانت منفردة لم يلحقها ضمير، مثل: قارئ وينشئ. وتكتب الهمزة المتطرفة منفردة (على السطر) بعد الواو والياء على نحو: هدوء – بطيء. الهمزة المنصوبة التي تسبقها ألف لا تتبعها ألف مثل: هباء وهواء.

32 ـ في كلام الصور تقع أخطاء في تحديد أسماء الموجودين في الصورة فيقال مثلاً إلى يمين الصورة ويقصد به الشخص الواقف إلى اليمين بينما يمين الصورة هو الشخص الواقف إلى اليسار بالنسبة لمشاهد الصورة.

33 ـ أسماء الدول الأجنبية التي تنتهي بحرفي الياء والألف أو الألف مثل: كندا–بلجيكا–يوغوسلافيا– كوريا لا تحتاج إلى "ال" التعريف باستثناء النمسا لأنه استعمال عربي. وأسماء

الدول الأجنبية التي تنتهي بحروف ساكنة يستعمل معها "ال" التعريف باستثناء المنتهية بكلمة "ستان" مثل باكستان وأفغانستان..

34 –- أسماء المدن الأجنبية المذكورة في كتب التراث العربي تكتب كما استعملها العرب مثل: غرناطة- قرطبة- صقلية- قادش- البوسنة والهرسك- طليطلة..أما ما شاع استخدامه خطأ فيبقى عليه مثل روسيا وألمانيا وفرنسا وإيطاليا...ألخ.

35 –-يقال المحيط الأطلسي لا الأطلنطي.

36 –- بالنسبة لأسماء الأنهر والجبال يستحسن استخدام "ال" التعريف قبل أسمائها، مثل: النيل والأمازون والدانوب والألب والهيمالايا والأنديز.إلا أن أسماء القمم مثل "أكونكاغوا" و"إيفرست" لا تحتاج إلى "ال" التعريف.

37 – بالنسبة لأسماء المدن، يستحسن اتباع الصيغة المعتمدة عربياً وإلا فالاسم كما ينطق. فبين الأسماء المتعددة عربياً: أثينا (لا أثيناي) وباريس (لا باريز) وبطرسبرغ (لا سان بيترسبورغ). الأسماء الأخرى للمدن تكتب كما تلفظ.

38 – ثمة دول تفضل كتابة أسمائها بأشكال معينة مثل سورية (وليس سوريا) وكوت ديفوار(وليس ساحل العاج).

39 – يجزأ الاسم إذا كان في الأصل مجزأ ويحافظ على وحدته إذا كان في الأصل موحداً، فيكتب مثلا: جورجتاون Georgetown.

40 – هناك دول تكتب أسماؤها بشكل خاطئ فيقال مثلاً هنغاريا والصحيح المجر، وبولونيا والصحيح بولندا.

41 – أسماء الأعلام الأجنبية تكتب وفق التهجئة الأصلية في لغاتها ما دامت حروف لغتنا العربية تسمح بنقل الأسماء كما هي في الأصل وكما ينطق بها في بلادها، فيكتب أنتوني لا أنطوني وجوزيف لا جوزف.

42 -بالنسبة لأسماء الصحف والمجلات العالمية يستحسن استخدام "ال" التعريف إذا كان أصل الاسم في لغة الصحيفة الأم يفيد بالتعريف كـ"التايمز" و"الغارديان" و"الايكونوميست". ولكن يستغنى عنه حيث لا وجود له في الأصل، مثل "ناو" أو "بنش" أو "شوت".

43 – الألقاب الشخصية الأجنبية، تستخدم لها "ال" التعريف، مثل الإمبراطور والشاه والدكتور واللورد والجنرال. ولكن عند الإضافة إلى دولة أو منطقة يستغنى عن "ال" التعريف، كأن يقال شاه إيران وإمبراطور اليابان ودوق ادنبره.

44 – باستثناء الكلمات المعربة كـ"قياصرة" و"أباطرة"، يستخدم جمع المؤنث السالم لجمع الألقاب الأعجمية: الديكتاتورات واللوردات والدوقات والجنرالات والشاهات.

الخلاصة

نخلص من هذه الوحدة **أن اللغة الإعلامية تفشل في توصيل الرسالة عندما تفشل في إدراك حقيقة أن الكلمات ليست سوى أصوات رمزية، وعندما نفترض أن الكلمات تعطينا ضمانات بالقياس إلى الأشياء، وعندما تكون الكلمات لها أكثر من معنى، وثمة أنواع من الالتباس في الكتابة الإعلامية تتجلى في التباس الجمل، والتباس التطنيب، والتباس الفحوى، والافتقار إلى الفهم،** كما تتعدد الأخطاء في لغة الإعلام، من حيث المستوى، ولغة التعبير، ولعل أبرز أخطاء اللغة الإعلامية خلط الرأي بالخبر، وتقديم أخبار ناقصة وغامضة، وأخطاء في صياغة العناوين لا تعبر عن الموضوع، وأخطاء في كتابة الأسماء، واستخدام الألفاظ العامية، وشيوع اللحن والأخطاء النحوية، وأخطاء القوالب الجاهزة التي تصبّ فيها المادة الصحفية، واستخدام الألفاظ الأجنبية مع وجود لفظ عربي مقابل لها، واستعمال كلمات عربية الأصل في غير مواضعها، والاستهانة بالقواعد النحوية، والكتابة بأساليب جديدة هي تقليد للأسلوب الأجنبي ومحاكاته، والابتعاد عن الأساليب العربية.

ولاستعمال لغة إعلامية صحيحة من المهم الابتعاد عن استخدام المجاز والتشبيه والأنواع البيانية الأخرى. وتجنب الألفاظ الطويلة وتجنب استخدام المبني للمجهول إذا أمكن استخدام المعلوم. والابتعاد عن استخدام العبارات الأجنبية أو العامية، وتجنب الإفراط في استخدام الصفات والظروف. والمقتبس المباشر وتجنب الحشو، والإفراط في استخدام كلمة "قام"، وكلمة "تم" وغيرها من استخدامات تحسن من جودة الكتابة بلغة إعلامية سليمة.

تمارين

أجب باحتمال واحد فقط عن كل سؤال مما يلي:

1- وتفشل اللغة الإعلامية في توصيل الرسالة في عدة حالات منها:

A – عندما تفشل في إدراك حقيقة أن الكلمات ليست سوى أصوات رمزية ومرد هذا الخطأ إلى الأيمان بالقوة السحرية للكلمات

B – عندما نفترض أن الكلمات تعطينا ضمانات بالقياس إلى الأشياء

C – عندما تكون الكلمات لها أكثر من معنى واحد

D – a وb

E – a وb و c

الإجابة الصحيحة E

2- تتعدد الأخطاء في لغة الإعلام، ومن أبرزها:

A – خلط الرأي بالخبر

B – الأخبار الناقصة والغامضة

C – صياغة العناوين غير المعبرة عن الموضوع

D – a وb

E – a وb و c

الإجابة الصحيحة D

3- يعود خطأ خلط الرأي بالخبر إلى:

A – ضعف القدرات الكتابية

B – نقص في آفاق الإبداع لدى الإعلاميين

C – عندما يكون لدى المؤسسة الإعلامية متخصصون في مجال الرأي

D – a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة A

4- يعود خطأ الأخبار الناقصة والغامضة إلى:

A – ضعف القدرة، إما معرفياً، أو فنياً، أو للقصور في الأداء اللغوي

B – ضعف الوعي بدلالات الألفاظ، أو قصور إدراكه لحدود الإيحاء في العبارة التي صاغها

C – قيود سياسة المؤسسة، أو السياسة العامة

D – a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة D

5- ثمة أخطاء في اللغة الإعلامية من أبرزها:

A – استعمال كلمات عربية الأصل في غير مواضعها

B – الاستهانة بالقواعد النحوية والرفع والنصب والجر

C – الكتابة بأساليب جديدة هي تقليد للأسلوب الأجنبي ومحاكاته، والابتعاد عن الأساليب العربية

D – a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة D

6- لتجنب الأخطاء اللغوي ينصح بـ:

A – استخدام المجاز والتشبيه والأنواع البيانية الأخرى

B – استخدام الألفاظ الطويلة إذا كان ثمة لفظة قصيرة تقوم مقامها

C – تجنب استخدام المبني للمجهول إذا أمكن استخدام المعلوم

D – a وb

E– a وb و c

الإجابة الصحيحة D

7- لتجنب الأخطاء اللغوي ينصح بـ:

A – تجنب الإفراط في استخدام الصفات والظروف

B – استخدام المقتبس المباشر من أجل الأسلوب المميز والتوكيد

C – استخدام كلمة "قام" مثل "قام بالأكل" و"قام بالكلام" و"قام بالقتل

D – a وb .

E– a وb و c.

الإجابة الصحيحة E

المراجع

1. الأبية، أثر الإعلام في تقويض دعائم العربية، أبرز التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على العربية الفصحى، بالاعتماد على &http://www.midadulqalam.info/midad/modules.php?name=Content pid=4&pa=showpage

2. مصطفى صادق الرافعي، وحي القلم، الجزء 3، ب ن ب ت.

3. انتظار عباس سوادي، اللغة الإعلامية وضرورة التصويب.